

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

**O PAPEL DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA
FAVELA CARIOCA COMO ATRAÇÃO TURÍSTICA**

CAROLINA PÁDUA RIBEIRO CARVALHO

RIO DE JANEIRO

2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
JORNALISMO

O PAPEL DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM DA FAVELA CARIOCA COMO ATRAÇÃO TURÍSTICA

Monografia submetida à Banca de Graduação
como requisito para obtenção do diploma de
Comunicação Social/ Jornalismo.

CAROLINA PÁDUA RIBEIRO CARVALHO

Orientadora: Profa. Dra. Cristina Rego Monteiro

RIO DE JANEIRO
2011

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia o produto monográfico **O papel da mídia na construção da imagem da favela carioca como atração turística**, elaborado por Carolina Pádua Ribeiro Carvalho.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, no dia 13/07/2011

Comissão Examinadora:

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Cristina Rego Monteiro
Doutora em Comunicação e Cultura - UFRJ
Departamento de Comunicação - UFRJ

Co-orientadora: Prof.^a Érika Gelenske
Mestre em Bens Culturais e Projetos Sociais - FGV
Departamento de Turismo – Universidade Estácio de Sá

Prof. Dr. Márcio Tavares D’Amaral
Professor Emérito da UFRJ / Doutor em letras - UFRJ
Departamento de Comunicação -. UFRJ

Prof. Dr. Fernando Mansur
Doutor em Comunicação pela Escola de Comunicação - UFRJ
Departamento de Comunicação – UFRJ

RIO DE JANEIRO

2011

FICHA CATALOGRÁFICA

CARVALHO, Carolina Pádua Ribeiro.

O papel da mídia na construção da imagem da favela carioca como atração turística. Rio de Janeiro, 2011.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/ Jornalismo) –
Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação
– ECO.

Orientadora: Prof.^a Dr.^a Cristina Rego Monteiro

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço aos meus pais, que sempre se mostraram dispostos a me ajudar e a compreender momentos de ausência, em virtude da dedicação à pesquisa e à realização do vídeo. Reconheço os esforços de ambos em me ajudar de todas as maneiras, até me proporcionando momentos de descontração e quitutes gostosos para aliviar a ansiedade. Assim como eles, meus avós também me incentivaram a dar continuidade ao trabalho sem desanimar, em momentos em que essa força e perseverança eram realmente necessárias.

Meu namorado foi incansável e fez tudo o que pode para me ajudar. Veio do Espírito Santo para virar auxiliar de cinegrafista e fazer todos os passeios turísticos em favelas, justamente no dia dos namorados, sem esboçar qualquer sinal de mau humor ou indignação. Esteve ao meu lado em todas as crises existenciais e agüentou a TPM mais prolongada da minha vida, a Tensão Pré-Monografia.

Muitas das minhas amigas me apoiaram nessa fase. Algumas, inclusive, vivendo a mesma situação, mas nenhuma delas foi tão importante como Danyelle Rodrigues, minha querida chefe na TV Bandeirantes. Com vocação nata para a produção providenciou câmera, tripé, microfone e baterias na PUC quando tudo parecia perdido com a UFRJ em greve. Foi comigo até o Alemão, gastou noites de sono revisando o texto escrito e deu sugestões preciosas para a edição do material audiovisual. Devo a ela boa parte da qualidade dessa monografia e também os melhores momentos vividos nesses últimos seis meses de trabalho.

Por fim, agradeço à minha querida orientadora, Prof.^a Cristina Rego Monteiro, que nos meus momentos de maior desespero me acalmou com receitas secretas que deram bastante resultado e que soube puxar a minha orelha no momento certo a fim de obter o melhor trabalho possível, bem como à minha co-orientadora Érika Gelenske e aos queridos professores que aceitaram participar da banca examinadora, Márcio Amaral e Fernando Mansur.

*"A mente que se abre a uma nova idéia
jamais voltará ao seu tamanho original"*

Albert Einstein

CARVALHO, Carolina Pádua Ribeiro. **O papel da mídia na construção da imagem da favela carioca como atração turística.** Orientadora: Cristina Rego Monteiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo. 2011.

RESUMO

O objetivo de analisar a mídia como grande influência do *turismo de favela*, uma atividade em expansão no Rio de Janeiro, gerou como produto monográfico uma pesquisa bibliográfica e uma vídeo reportagem. Criadores de estereótipos e formadores de opinião, os meios de comunicação, não apenas nacionais como internacionais, tiveram um papel determinante na atração dos olhares para esse espaço urbano até então isolado como parte não acessível ao turismo. Na década de 1990, algumas importantes favelas da Zona Sul da cidade começaram a ser exploradas como pontos turísticos. No entanto, o interesse por uma experiência vivencial de contato com os moradores cariocas destas áreas começou a ser cultivado anos antes, através de notícias publicadas nos jornais. A professora e pesquisadora da FGV Bianca Freire-Medeiros relata dois fenômenos como os principais responsáveis pela ascensão da favela ao patamar de atração turística: a expansão do formato *reality tour* mundo afora e o fenômeno de circulação e consumo da favela como uma marca que está associada, ao mesmo tempo, a um território violento e a um “local de autenticidades preservadas”.

Palavras-chave: Turismo; favela; responsabilidade; meios de comunicação; influência.

CARVALHO, Carolina Pádua Ribeiro. **O papel da mídia na construção da imagem da favela carioca como atração turística.** Orientadora: Cristina Rego Monteiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em Jornalismo. 2011.

ABSTRACT

Analyzing the massive influence of the media on slum tourism, an expanding activity in Rio de Janeiro, prompted this bibliographical study as well as a video. Stereotype creators, opinion makers and the media, both national and international have had a decisive role in attracting interest to these urban places hitherto isolated and therefore inaccessible to tourists. In the 1990s, the possibility of developing some key slums in the south of the city as tourist attractions began to be explored. However, the interest in interacting with local residents of slum areas in Rio de Janeiro began to be cultivated many years before due to reports published in the daily newspapers. Professor and researcher at FGV Bianca Freire-Medeiros relates two phenomena as the main reasons for the rise of the slum to a level of touristic attraction: the expansion of the format "reality tour" around the world and also the phenomenon of circulation and consumption of the slum as a brand that is associated with a violent area, and at the same time one which is associated with an "area of preserved authenticity."

Keywords: Tourism; slum, responsibility, means of communication, influence

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

2. PESQUISA BASE DA REPORTAGEM

2.1. TURISMO

- 2.1.1** Turismo no Brasil
- 2.1.2** A atividade turística no Rio de Janeiro
- 2.1.3** Os tipos de turismo e as novas demandas

2.2. A FAVELA

- 2.2.1** Conceituação antropológica e social do termo
- 2.2.2** A Comunidade da Grota, no Complexo do Alemão
 - 2.2.2.1** A história do Complexo
 - 2.2.2.2** A principal personagem da nossa história
 - 2.2.2.3** O que mudou com a entrada do Exército em novembro de 2010

2.3. O TURISMO NA FAVELA

- 2.3.1** Quando o ‘asfalto’ começa a voltar seus olhares para a favela
- 2.3.2** Os atrativos e diferenciais da favela
- 2.3.3** Os esforços das lideranças comunitárias para desenvolver a atividade
- 2.3.4** Os objetivos (o que os líderes querem conseguir, conquistar para a Grota com o desenvolvimento do turismo na região)
- 2.3.5** O papel determinante da mídia na obtenção desses objetivos

3. ROTEIRO DE PRODUÇÃO E EDIÇÃO

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

6. ANEXOS

1. Introdução

Este trabalho busca averiguar empiricamente o impacto do tratamento dado às favelas pela mídia, no que diz respeito ao turismo desenvolvido nesses locais. Isso foi feito por meio de um registro jornalístico do produto, que buscou captar as impressões de lideranças comunitárias, autóctones, turistas, autoridades do turismo e jornalistas sobre o papel determinante da mídia na seleção do que é notícia e do que não é, o tratamento dado a ela e as consequências, para o avanço da atividade turística nas comunidades, da progressiva mudança na abordagem feita sobre as favelas nos noticiários.

Criadores de estereótipos e formadores de opinião, os meios de comunicação, não apenas nacionais como internacionais, tiveram um papel determinante na atração dos olhares para esse espaço urbano marginalizado, excluído e ignorado pela maior parte da população até a década de 1990. A partir da Conferência ECO-92, as favelas começaram a ser exploradas como pontos turísticos, mas o interesse por uma experiência de vivência real e contato com os favelados cariocas começou a ser cultivado anos antes, através das notícias positivas que passaram a figurar nos jornais.

A favela da Rocinha, por exemplo, sempre citada como a maior favela da América Latina e localizada entre dois bairros donos de altos IPTUs no Rio, São Conrado e Gávea, tem hoje um enorme fluxo de passeios turísticos organizados por mais de seis empresas especializadas. Todos os dias, dezenas de jipes transportam turistas, em sua maioria estrangeiros, para conhecerem o que o Rio tem de “autêntico”, a vida miserável de um povo que luta diariamente para sobreviver à pobreza e à violência a que estão subjugados.

É importante, como estudante de jornalismo, perceber e ter sempre em mente o papel da mídia e dos jornalistas na construção do imaginário coletivo sobre determinados assuntos e ter consciência da responsabilidade que isso transfere aos profissionais. O modo como se aborda um assunto e o transmite à população interfere, muitas vezes, na maneira como o leitor, telespectador, ouvinte o entenderão.

As favelas cariocas são visitadas, principalmente, por grupos de gringos que tomaram conhecimento de sua existência através das notícias que rodaram o mundo divulgando a violência e o risco vivido por moradores da cidade. O interesse em

conhecer esse território, onde as leis do estado muitas vezes não se aplicam, aumentou quando o conteúdo do noticiário começou a mostrar iniciativas positivas de ONGs e empresas privadas na tentativa de resgate e apoio a essa população abandonada pelo poder público. Como ocorreu no Morro Santa Marta, as intervenções do governo como a instalação da Unidade de Polícia Pacificadora, a instalação de creches, melhorias de infra-estrutura básica e a visita dos astros Michael Jackson, em 1996, e Madonna, em 2009, despertaram nos turistas uma enorme curiosidade em saber como tristeza e alegria, pobreza e superação coexistem no local.

Textos de pesquisadores especializados no tema, como a professora da FGV Bianca Freire-Medeiros, serão lidos e tidos como base para estudar e entender melhor o turismo feito nas favelas cariocas. Ela é um dos poucos autores que estudam o tema em âmbito internacional, chegando a realizar pesquisas de campo em favelas africanas e norte-americanas. A autora relata exatamente o fenômeno de circulação e consumo da favela como uma marca que está associada, ao mesmo tempo, a um território violento e a um “local de autenticidades preservadas”. Associado a isso, ela também acredita que a expansão do formato *reality tour* mundo afora tem grande responsabilidade na ascensão da favela ao patamar de atração turística.

Como metodologia, pretende-se realizar passeios turísticos em favelas e conversas com os moradores para saber porque eles acham que passaram a ser procurados por turistas. Acostumados a serem pejorativamente chamados de favelados, hoje já encontram uma aceitação e até interesse por parte de turistas, curiosos em conhecer sua rotina, sua casa e seus problemas. Os guias das empresas especializadas também serão entrevistados a fim de esclarecer a motivação pela qual os passeios são promovidos. É importante saber se esses profissionais notam diferença no número de turistas em épocas em que a mídia divulga mais notícias sobre a favela e em épocas de menos visibilidade.

Como forma de conhecer iniciativas do governo em prol do desenvolvimento dessa atividade, órgãos como a RioTur serão procurados e servirão como base oficial de dados referentes ao assunto. Philipe Campello, um dos diretores de marketing da RioTur, saberá explicar melhor quais são as políticas governamentais específicas para o turismo no Rio de Janeiro, e em particular, nas favelas cariocas. Para entender o fenômeno do sucesso das favelas como pontos turísticos, foi importante saber que a

própria Empresa de Turismo do Município do Rio de Janeiro oferece e propaga esses passeios através dos principais hotéis da cidade e de empresas privadas.

Faz-se necessário ainda um passeio pelo Complexo do Alemão, “pacificado” em novembro de 2010, conduzido por um grupo de turismo que já está consolidado ali e que cuida apenas de pequenos ajustes para começar a funcionar definitivamente, em larga escala, o Complexo Tour. Existe um grande interesse em saber o que eles esperam que aconteça daqui para frente em termos de ações do governo e como desejam implantar o turismo no local, sempre considerando que o que for veiculado a respeito do Complexo poderá interferir diretamente nos seus planos.

Acredita-se que uma investigação acerca da maneira como o mundo vê a favela carioca e como os próprios moradores dessas comunidades se vêem e se relacionam com o resto da cidade é muito importante no sentido de que todo o Rio de Janeiro colhe os frutos de um turismo bem feito e de uma propaganda positiva. É importante refletir e pensar o jornalismo como uma poderosa ferramenta capaz de auxiliar o processo de “glamourização” das favelas, bem como denegrí-las. O compromisso do profissional com a verdade do que conta, portanto, é um ponto chave a ser abordado na parte audiovisual deste trabalho.

A parte textual, por sua vez, será composta por três principais capítulos. O primeiro, intitulado “Turismo”, apresentará um breve panorama histórico da atividade turística no Brasil e no Rio de Janeiro, assim como conceitos importantes que nomeiam variantes do turismo baseado em como é desenvolvido e realizado. O capítulo “Favela” também servirá como base para entender a formação desses espaços urbanos, os estereótipos a eles relacionados e a progressiva transformação no modo como foram tratados pelos governos Municipal, Estadual e Federal ao longo da história. O “Turismo na Favela” será o capítulo responsável pelo estudo de como a atividade econômica em questão passou a ser implementada nas comunidades da Zona Sul, e como a Zona Norte está sendo preparada e se empenhando para recebê-la. Caberá a essa parte do trabalho discutir, brevemente, o papel da mídia na atração de turistas para esses cenários, baseado em entrevistas feitas com jornalistas, turistas e lideranças comunitárias do Complexo do Alemão.

Por fim, como forma de explicar todo processo de produção do produto jornalístico haverá, ainda, o capítulo “Roteiro de Produção e Edição”, onde o leitor terá

acesso ao passo-a-passo da execução deste. Desde a marcação de entrevistas, reserva de equipamentos até a edição. Ficarão explícitos, portanto, os desafios vividos por uma aspirante a repórter, no que diz respeito a todas as etapas de produção de uma notícia. Espera-se que todas as dificuldades encontradas no trajeto traçado até a conclusão deste curso sirvam de aprendizado e se convertam em boas lembranças para toda a vida.

2. Pesquisa base da Reportagem

A fim de contextualizar assuntos relacionados ao tema escolhido para a realização do produto jornalístico em questão, foi necessária a realização de uma pesquisa mais aprofundada sobre o turismo enquanto atividade econômica, social e cultural; a favela como espaço urbano e de preservação da cultura local, além de a maneira como a atividade turística é desenvolvida nessas localidades. A fim de entender como as favelas cariocas passaram a figurar como um dos principais pontos visitados na cidade do Rio de Janeiro é preciso conhecer a história dessa atividade econômica no país e, em especial, na própria cidade, conhecendo as tendências atuais e de fluxo de turistas brasileiros e estrangeiros no país.

O conhecimento da maneira como os Morros foram sendo ocupados pela população carente até constituírem as favelas e o preconceito que sempre esteve impregnado na mentalidade da elite carioca foi determinante para absorver melhor as entrevistas feitas com moradores do Morro Santa Marta e do Complexo do Alemão. Somente após entender a origem de conflitos históricos travados entre estado e moradores foi possível construir uma linha de raciocínio sobre a influência da mídia na mudança do estereótipo das favelas e de atração de cada vez mais turistas para esses locais.

2.1. Turismo

A EMBRATUR, Instituto Brasileiro de Turismo, órgão especial do Ministério do Turismo responsável pela promoção dessa atividade a define como

uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações compra e venda de serviços turísticos efetuadas entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita (EMBRATUR, 1992)¹

¹ Disponível em http://200.189.169.141/site/br/dados_fatos/conteudo/lista_alfabeto.php?pagina=3&in_secao=387&busca=T, acesso em 7/04/2011

Sem dúvida é um conceito bastante amplo e que dá espaço a infinitas variações, dependendo da intenção dos viajantes. Apenas no site do Ministério do Turismo existem onze categorias de turismo diferentes, criadas para atender melhor à crescente demanda por diversificação de destinos e maneiras de interação com a cultura local.

Conceito tão abrangente e de diversas interpretações, o turismo considerado neste trabalho será o de lazer. Sabe-se que existem outras tantas motivações para viajar, como a trabalho, por questões de saúde ou para estudar, mas mais importante do que o turismo em si, deseja-se discutir aqui a vontade das pessoas, os anseios e expectativas do que encontrarão no destino escolhido e de que maneira se relacionarão com o ambiente e seus autóctones.

Celso Castro defende que apesar de o turismo existir desde que apareceram os primeiros humanos, o turista motivado pelo prazer é um tipo social recente (CASTRO, 1999: 80). Segundo ele, foi só em meados do século XIX que esse novo personagem começou a generalizar-se na Europa e nos Estados Unidos. Os motivos para essa transformação do perfil do turista são inúmeros e estão diretamente ligados a amplos processos culturais. Destacam-se, principalmente, a valorização da natureza, a “descoberta” das paisagens e de cenários pitorescos, a noção de lazer como uma forma de relaxamento e combate ao estresse da vida moderna e a afirmação do individualismo, “entendido como processo histórico que generalizou a moderna concepção de indivíduo, ser dotado de uma *subjetividade* em alguma medida descontínua em relação à sociedade” (ibidem).

O desenvolvimento do capitalismo, a industrialização e a mudança nas condições de trabalho foram os fenômenos de urbanização que favoreceram a consolidação desse novo tipo de turista, que chegaria a se tornar o mais forte e atuante de todos. Hoje, são eles que movimentam uma economia trilionária em todo o mundo e geram, ainda que indiretamente, milhões de empregos todos os anos. Segundo dados divulgados pelo Banco Central, disponíveis no site do Ministério do Turismo, somente no Brasil foram gastos US\$ 572 milhões por turistas estrangeiros, apenas no mês de fevereiro de 2011. Esse valor representa, inclusive, um crescimento de 12,46% em relação ao mesmo período de 2010, e o presidente da EMBRATUR, Mário Moysés, credita esse aumento ao trabalho que vem sendo feito de promoção internacional do país, atrelado à constante melhoria na qualidade dos serviços turísticos aqui oferecidos.

Informações da Organização Mundial do Turismo reforçam a idéia de que o turismo é sim responsável por uma imensa movimentação de receita e seu potencial só tem feito aumentar. Somente em 2008, 922 milhões de pessoas fizeram viagens internacionais. Desde 2000, o número de turistas internacionais só faz aumentar em uma média de 4,2% ao ano. A renda gerada em todo o mundo apenas no ano de 2008 foi de aproximadamente US\$ 5 trilhões (World Travel & Tourism Council - WTTC), uma quantia que justifica os estudos a cerca desse rico mercado.

Voltando o foco para a consolidação da atividade turística ao longo da história, ao contrário do que se configurou nos EUA e na Europa em meados do século XIX, essa “indústria” do turismo só começou a funcionar no Brasil nas primeiras décadas do século XX, tendo como principal foco a cidade do Rio de Janeiro. Capital do país até 1960, quando esse status foi transferido a Brasília, o Rio teve desde a época do Império todas as atenções dos europeus quando se tratava da colônia de Portugal, terra tão virgem e de beleza natural incomparável. A cidade se tornou turística, principalmente, pelos relatos que eram feitos pelos visitantes da época e por uma convenção social que estipulou o novo mundo na América Latina como um lugar a ser conhecido.

Um aspecto muito interessante levantado por Castro é o fato de lugar nenhum ser “naturalmente” turístico. O reconhecimento de qualquer destino como “turístico” é uma construção social e essa construção também envolve, necessariamente seleções. Alguns pontos de determinado destino ganham luz e destaque, enquanto outros permanecem na sombra. No Rio essa seleção é muito clara atualmente, mas já sofreu mutações ao longo dos anos. De fato a luz está muito recentemente sendo voltada para a favela e as comunidades carentes do nosso espaço urbano. Quando e como isso começou veremos mais adiante, quando tratarmos deste tipo de comunidade mais profundamente.

2.1.1. O turismo no Brasil

País de descobrimento recente, o Brasil é o quinto maior do mundo em extensão territorial, ficando atrás apenas de Rússia, Canadá, Estados Unidos e China. Com 26 estados, um distrito federal e uma enorme diversidade de cenários e culturas, o Brasil pode, sem dúvida, ser o destino turístico de qualquer pessoa, que deseje desde uma

viagem urbana, cheia de modernos *shoppings center* e avenidas badaladas até uma experiência imersiva no maior corpo florestal do planeta.

De acordo com o Instituto EcoBrasil², voltado para turismo sustentável e ecoturismo, é possível dividir os últimos 25 anos de turismo internacional no Brasil em 6 fases principais. São elas: Anos Dourados; Collor e Candelária; Plano Real e Turismo de Negócios; Desvalorização; Crise Argentina - Brasil na moda; Economia forte, moeda forte... Destino Caro.

Nessa ordem, segundo o instituto, após a chegada do turismo ao Brasil nas primeiras décadas do século XX, essa atividade cresceu aqui bem acima da média mundial, chegando a quase dois milhões de turistas estrangeiros em 1987. A EMBRATUR mantinha escritórios no exterior e o câmbio favorável caracterizava o país como um destino “barato”. Foi durante esse período que ocorreram as mudanças no perfil do turismo aqui no Brasil, como a transferência do foco na Zona Portuária e no centro da cidade para as praias da Zona Sul.

Na virada dos anos noventa, porém, veio a crise do turismo internacional, provocado principalmente pela crise econômica vivida na época e intensificada pelo reflexo negativo da divulgação na imprensa internacional do aumento da violência na cidade. Antes de ocorrer a chacina da Candelária no dia 23 de julho de 1993, em 1991 o Brasil já havia recebido a metade dos turistas de 1987, e a situação continuou se agravando. Nessa época o turismo regional da América Latina se destaca e ganha mais importância no cenário mundial. O Rio chega, inclusive, a perder sua posição de principal destino do país para São Paulo, em parte pela maior cobrança de ICMS (Imposto de Circulação sobre Mercadorias e Serviços) sobre combustíveis para aeronaves.

Implantado em 1994 no governo do presidente Itamar Franco, tendo como Ministro da Fazenda o futuro presidente Fernando Henrique Cardoso, o Plano Real foi criado como uma reforma monetária que representou as bases de um programa de estabilização econômica. Ajudou a mudar a imagem do Brasil e, desse modo, a atrair muito turismo de negócios do exterior. O câmbio equiparado entre Real e Dólar inibiu a

² Disponível em <http://www.ecobrasil.org.br/publicue/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=30&sid=5>, acesso em 06/05/2011

vinda de estrangeiros pra cá, do mesmo modo que motivou viagens internacionais dos brasileiros. Foi nessa época que São Paulo se fortaleceu como a capital dos negócios.

A desvalorização do Real veio em 1999 e, aliada a uma imagem recuperada do Brasil, fomentou a vinda de turistas a lazer, ajudando a manter forte o crescimento do turismo internacional. A quinta fase desta divisão feita pelo Instituto EcoBrasil tem início com a crise econômica vivida na Argentina a princípios do ano 2000. Apesar de o número total de turistas internacionais ter diminuído para a América Latina, o número de norte-americanos e europeus vindos para cá só aumentou. O Brasil estava na moda. A eleição de Luiz Inácio Lula da Silva para a presidência da República em 2003 fortaleceu ainda mais a imagem do Brasil e os vôos fretados por empresas de turismo (vôos charters) facilitaram a viagem dos turistas que procuravam usufruir a fórmula do “sol e mar”.

O Real, que estava muito barato até então, começa a se valorizar a partir de 2005 e essa valorização ganha impulso quando em 2007 começa a crise financeira mundial. Nossa economia consegue se manter bem apesar dos tropeços de países da Europa, os preços de commodities continuam em alta e o consumo doméstico do brasileiro não se enfraquece. A conquista da Copa do Mundo de 2014 e das Olimpíadas de 2016 só evidenciam a boa imagem do país no cenário internacional, mas a consequência disso é ter se tornado um destino caro para os turistas estrangeiros. Atualmente, o turismo no país está voltando a crescer depois da queda que teve nos anos de 2001 e principalmente 2002. Em 2000, o Brasil registrou o maior número de chegada de turistas dos últimos trinta anos, 5.313.463 turistas. Em 2001 foram 4.772.575 e em 2002, 3.784.898. Somente a partir de 2003 o país parece estar recuperando as energias e fazendo grandes esforços para atrair cada vez mais interessados e, assim, novas divisas.

A lei que hoje regulamenta o turismo no país é a Lei Nº - 11.771, de 17 de setembro de 2008³. Rege sobre a Política Nacional de Turismo, define as atribuições do Governo Federal no planejamento, no desenvolvimento e no estímulo ao setor turístico, além de revogar toda legislação relativa ao turismo anterior a ela. Consta na lei a definição de turismo como “as atividades realizadas por pessoas físicas durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a 1

³ Disponível em <http://www.planalto.gov.br/ccivil03/Ato2007-2010/2010/Decreto/D7381.htm>, acesso em 10/06/2011

(um) ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”. Ainda define que “cabe ao Ministério do Turismo estabelecer a Política Nacional de Turismo, planejar, fomentar, regulamentar, coordenar e fiscalizar a atividade turística, bem como promover e divulgar institucionalmente o turismo em âmbito nacional e internacional”.

A preocupação com uma forma mais responsável de se fazer turismo também fica muito clara nessa lei. No parágrafo único do Art 2º do Capítulo I fica muito claro que as viagens devem gerar movimentação econômica, renda, postos de trabalho e receitas públicas sem deixar de promover o desenvolvimento econômico e social, promoção e diversidade cultural e preservação da biodiversidade. Essa preocupação e consciência se faz realmente importante uma vez que temos, no Brasil, uma enorme quantidade de recursos naturais e não devemos e nem podemos deixá-los se esgotar. Nossa sobrevivência e qualidade de vida dependem disso.

2.1.2. A atividade turística no Rio de Janeiro

Para atender à demanda turística que ganhava força no Rio de Janeiro no princípio do século XX, tiveram que ser criadas condições de infra-estrutura para recepcionar os visitantes. Surgiram os primeiros hotéis turísticos, guias, órgãos oficiais e agências de viagem destinados, prioritariamente, a fazer com que o recém-chegado se sentisse no paraíso tropical que desejava conhecer. A construção do hotel Copacabana Palace em 1923 e a criação da Sociedade Brasileira de Turismo (hoje Touring Club Brasil) em 1928 foram marcos históricos nesse processo.

Atualmente, o que mais se vende do Rio é o calor de suas praias, a alegria contagiante do Carnaval e o talento nato para o futebol. Para os turistas que visitavam a cidade nos anos 30, porém, essa não era a imagem passada por guias e empresas de turismo. Ao contrário do que se pode pensar hoje, na década de 30 o olhar do turista era direcionado a partir da Baía de Guanabara, por onde a maior parte dos turistas chegavam, de navio, para monumentos históricos, estátuas, avenidas e edifícios no Centro, dos quais muitos de nós não sabem nem o nome hoje em dia.

Das tão celebradas praias cariocas de hoje, estavam citados nos guias turísticos apenas os cassinos nelas localizados, sem destaque algum para a mulher carioca de biquíni microscópico desfilando pelas areias claras da orla. Realmente muita coisa

mudou. Até o caráter do carioca era visto de maneira diferente pela Sociedade Anônima de Viagens Internacionais. Em um guia distribuído em 1928 por essa agência, que foi uma das primeiras a atuar na cidade, o carioca foi descrito como um povo que “talvez não seja um povo alegre”. Nascido entre belas paisagens, tem um entusiasmo delirante que “logo se apaga numa imensa melancolia” (CASTRO, 1999: 84).

Hoje, o Rio de Janeiro vive em uma ferrenha disputa com São Paulo quanto ao número total de desembarques internacionais. Dados do Departamento de Polícia Federal e Ministério Público mostram que São Paulo recebeu 2.289.640 turistas em 2008 enquanto o Rio recebeu apenas 766.083. No entanto, no ano seguinte o Rio registrou crescimento para 908.667 e São Paulo, um decréscimo para 1.842.796.

A mudança na preferência do público mudou até mesmo dentro da própria cidade, onde os atrativos deixaram de ser apenas monumentos históricos, praças e edifícios para abrir espaço para a natureza das praias, do Jardim Botânico, da Lagoa Rodrigo de Freitas, do Pão de Açúcar e do Corcovado, que permite ao turista ver, de camarote, todas as nossas belezas naturais. Tudo isso porque, como lembra a autora Beatriz Jaguaribe, o “Rio de Janeiro carece da importância econômica de uma cidade global como São Paulo, não se configura como um centro de poder como Brasília, nem representa o Brasil sacro-histórico-popular como Salvador” (JAGUARIBE, 2007: 127), no entanto, sua topografia ímpar, a natureza frondosa e a exuberância do Carnaval já se afirmaram como atrativos turísticos que nenhuma outra destas cidades têm.

O Brite 2011 (Brazil International Tourism Exchange) mostrou que as tendências do turismo mundial estão mudando, assim como as técnicas para atração dos turistas. Realizado nos dias 15, 16 e 17 de abril, no Píer Mauá, foi palco de importantes encontros entre profissionais do ramo, lideranças políticas⁴ e um público de 50 mil visitantes. Considerado o evento de turismo receptivo⁵ mais completo da América Latina, o Brite 2011 reuniu 500 operadores internacionais de 34 países na chamada

⁴ Antes da abertura oficial do Brite 2011 foi realizado um encontro com prefeitos de cidades do Estado do Rio no hotel Windsor Guanabara. Foram debatidos temas como Destinos Indutores, Centro de Treinamento Pré-Copa e o Fifa Fan Fest (transmissão ao vivo dos jogos em locais públicos). Os prefeitos assistiram também à palestra do Instituto Marca Brasil e debateram iniciativas e recursos para o interior fluminense ao lado do vice-governador do Estado do Rio, Luiz Fernando Pezão, do vice-presidente do Sistema Fecomércio-RJ, Luso Soares da Costa, e do Pres. da Assoc. Estadual de Municípios (AEMERJ), Vicente Guedes.

⁵ Entende-se turismo receptivo como o conjunto de bens e serviços oferecidos ao visitante. Toda a oferta e infra-estrutura voltada para proporcionar a melhor estadia possível para os turistas, assim como os atrativos e diferenciais de cada localidade estão inseridos nesse conceito.

Bolsa de Negócios, com o objetivo de elevar em 20% o número de turistas no país a partir de 2012, dois anos antes da Copa do Mundo, e de atrair mercados que ainda não vendem o destino Brasil, como a Ásia.

Nos dias 16 e 17 (sábado e domingo), os operadores de turismo se reuniram com 120 expositores nacionais e negociaram diretamente com representantes de hotéis, resorts, companhias aéreas, locadoras de veículos, cruzeiros marítimos, restaurantes, empresas de transporte, *shopping centers*, parques temáticos, joalherias, operadoras brasileiras, companhias de seguro de viagem, órgãos de turismo e fomento dos Municípios, Estados e da União. A expectativa é de que sejam gerados negócios na ordem de US\$ 250 milhões para o próximo ano, não apenas na Bolsa de Negócios, mas também em tudo mais que envolve o universo da atividade turística.

Além de almejar a atração de turistas estrangeiros, o evento também se propunha a divulgar os principais destinos turísticos do Brasil para os próprios brasileiros. Na Feira de Turismo, o público teve acesso a informações sobre os principais destinos nacionais, bem como a destinos nem tão badalados assim. Empresas de turismo como a CVC e Marsans ofereciam pacotes promocionais para pessoas dos mais variados poderes aquisitivos, na tentativa de ampliar cada vez mais o seu mercado e perfil de atuação.

A CVC, por exemplo, com o objetivo de alcançar as classes C e D ofereceu pacotes promocionais parcelados em até 10x. Uma viagem para Porto Seguro, na Bahia, um dos destinos “dominados” pela empresa custa a partir de 10 X R\$ 71,80 por pessoa, incluindo passagem aérea de ida e volta, hospedagem com café da manhã e/ou refeições, transfers aeroporto/hotel/aeroporto e passeio pela cidade. Além da possibilidade de parcelar a viagem em tantas vezes, outras alternativas surgiram para fortalecer os destinos nacionais.

A Lartur, agência voltada para o turismo de interior, principalmente no estado do Rio de Janeiro, oferece um cartão de turismo consignado (compras descontadas em folha) e, por isso, tem expressiva clientela de servidores públicos. A SBTur Viagens, por sua vez, apresentou na Brite 2011 o plano que permite a um casal se hospedar sete dias por ano em qualquer dos 520 hotéis, de três a cinco estrelas no Brasil pertencentes à rede, por R\$ 89,80 mensais, podendo utilizá-las sem carência e de forma descontinuada.

Um serviço também impressionante de personalização da viagem de acordo com os anseios do viajante é o da Ygarapé Tour, agência de turismo de Bonito, atualmente o destino mais caro do país. Quem visitava o estande do Mato Grosso do Sul era gentilmente abordado por um profissional que falava das maravilhas da região e oferecia os serviços da empresa. Propunham aos visitantes que entrassem no site⁶ para montar um pacote personalizado e, assim, já calcular o valor a ser investido. A quantidade de opções é realmente impressionante. Apesar de não oferecer transporte até a cidade, a pessoa que elege a agência tem a possibilidade de escolher o tipo de hospedagem que deseja entre 37 opções, variando das mais baratas pousadas até os mais caros hotéis e resorts e se aventurar em quantos passeios quiser, entre os quase 90 tipos, dos mais variados níveis de radicalidade e contato com a natureza.

Ou seja, quem visitou o Brite 2011 teve a chance de ver uma amostra das tradições e do folclore de cada região do país, provar delícias de culinárias típicas, admirar artesanato e ainda comprar produtos regionais dificilmente encontrados em supermercados da cidade. Além disso, ainda foi seduzido por inúmeras propostas que prometiam se ajustar ao gosto e ao bolso de cada um. A tendência do turismo atualmente é essa: adequação do gosto do cliente.

Para formar novos profissionais com essa mentalidade, e reciclar quem já está no mercado há mais tempo, o Brite 2011 ainda protagonizou o Fórum do Conhecimento, que atraiu um público de 600 pessoas para palestras e debates no auditório do Armazém 2 do Píer. Foram apresentadas as novas tendência do mercado de trabalho para os próximos anos, visando preparar os profissionais para receber o turista até as Olimpíadas de 2016. O Diretor de Mercados Internacionais da EMBRATUR, Marcelo Pedroso, que abriu a série de palestras estimou que a receita com turistas estrangeiros triplicará até 2020, passando dos US\$ 6 bilhões de hoje para US\$ 17 bilhões. Até lá, o fluxo de turistas deve aumentar 113%, com o ingresso de 11 milhões de viajantes estrangeiros.⁷

2.1.3. Os tipos de turismo e as novas demandas

⁶ Disponível em www.ygarape.com.br, acesso em 17/04/2011

⁷ Disponível em <http://www.fecomerciorj.org.br/publicue/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=9928&sid=96>, acesso em: 19/04/2011

O tipo de turismo pioneiro na busca pelo prazer do viajante foi o turismo de massa, tão criticado pelos intelectuais. Caracterizado por excursões de público numeroso, organizado em filas e horários pré-estipulados, pacotes de diárias em resort e quase nenhum contato com a cultura local em sua essência, o “turismo de massa” teve início em meados do século XIX e viveu seu ápice nas décadas de 60 e 70 do século XX. Na visão de Zaoual, esta vertente do turismo gerencia as atividades turísticas uniformizando-as e apresentando a todos os clientes uma mesma ótica do destino, sem lhes permitir uma experiência individualizada, na medida em que conduz todos ao mesmo lugar, para ver as mesmas coisas nos mesmos horários. Há quem acredite, no entanto, que esse pensamento é elitizado e que a subjetividade de cada pessoa já pode ser responsável por uma apreensão singular do que é visto e vivido, podendo ser bom para uns e ruim para outros. (CASTRO, 1999: 86).

De fato, a percepção de cada indivíduo pode ser diferente visitando um mesmo local ou assistindo a um mesmo espetáculo. Tudo vai de acordo com os gostos previamente adquiridos por este indivíduo, e que não cabe discutir agora o que é apreendido depois da experiência. Nosso foco principal é o que fará o viajante decidir por seu roteiro e a maneira como deseja desbravá-lo. Faz toda a diferença um turista se programar com antecedência, pesquisar sobre o destino, saber peculiaridades e descobrir meandros por onde os folders e guias turísticos não passam para ter uma experiência mais ou menos profunda de troca com os autóctones e seu habitat.

Não resta dúvida também de que viajar para algum lugar com um roteiro já pré-estabelecido por uma agência de turismo, com uma lista de atividades a ser seguida, dificulta a interação e a investigação daquele lugar por si próprio. O turista recebe tudo tão “mastigado” e apresentado para ele como sendo a “essência” do lugar, que ele compra aquilo e não se preocupa em descobrir particularidades e curiosidades sem destaque comercial, mas não por isso menos interessantes. A “inatividade cultural” e os “contatos superficiais” criados com os meios de recepção, além da poluição típica do turismo de massa predatório são os “efeitos cruéis de um produto uniforme” (ZAOUAL, 2009: 57).

Segundo Spampinato, foi tomando o turismo em termos essencialmente econômicos que foi possível diagnosticar, chegando à década de 80, uma necessidade de modificação, adaptação e especialização do turismo predatório e de massa,

predominante até então. Nessa época, os desejos de conhecer lugares novos foram sendo agregados à vontade de preservar esses mesmos locais para que as próximas gerações também possam usufruir-los. A noção de que a maneira como o turista se relaciona com a cultura local é determinante também despertou reflexões e questionamentos que não existiam antes. Se agora o turista tem um forte papel no destino para onde vai, como eu quero que seja a minha atuação? De que maneira eu posso contribuir com esse local, na manutenção dessa beleza, da natureza e da cultura nativa?

Dessa maneira então, observou-se um aumento de desejo em visitar locais como a África e seus países clamando por ajuda financeira, política e até de razão étnica. Segundo dados da OMT, observa-se uma tendência de descentralização do fluxo de turistas. Entre os anos 2000 e 2008 o continente africano registrou um crescimento de 4,1% para 5,1%, de concentração do turismo mundial. Aos poucos o clã dos viajantes foi despertando mais interesse por locais onde suas atividades pudessem ir além de admirar a beleza natural e escutar a narração ensaiada do guia. “Os turistas querem ser atores responsáveis e solidários em seus intercâmbios com outros mundos” (ZAOUAL, 2009: 58).

Como forma de negar todo o turismo despreocupado ambiental, social e economicamente, foi criada uma nomenclatura que abrangesse todos os outros tipos de turismo mais engajado e responsável pelo sítio que desbrava. Seja ele cultural, de “negócios e eventos”, rural, de “sol e praia”, ecoturismo, de aventura, de pesca, de saúde, náutico, de estudos e intercâmbio e social (categorias disponíveis no site do Ministério do Turismo⁸), todos ficaram conhecidos como “TA”, o Turismo Alternativo. Está claro que alguém que deseje fazer ecoturismo, poderá escolher um destino de praia e ainda relacionar-se socialmente de maneira intensa com os autóctones. Porém, só o fato de haver toda essa fragmentação nos perfis turísticos já demonstra um esforço, cada vez maior, de instituições e organizações de turismo em difundir a atividade como algo novo, fora dos padrões vigentes.

A demanda por formas “alternativas” de turismo provêm, em parte, da preocupação ambiental e ecológica que permeia as sociedades contemporâneas. Esse tipo de consciência mais responsável e voltado para a conservação da natureza vem permitindo uma mudança gradual nos hábitos de consumo e nos gostos dos potenciais

⁸ Disponível em <http://www.turismobrasil.gov.br/promocional/>, acesso em 10/05/2011

turistas. A ascensão de Bonito, no Mato Grosso do Sul é um dos exemplos de turismo ecológico no Brasil que decolou a partir do momento em que as discussões sobre o a sustentabilidade entraram em foco na mídia mundial.

O estudo do turismo como uma atividade cheia de variações de acordo com sua finalidade e a maneira como é feito traz, portanto, outros valores consigo que também requerem definição. Spampinato defende que o turismo, assim como qualquer outra atividade econômica é feita por indivíduos e pelas relações que são estabelecidas entre eles (2009: 2). Vendo desse modo, o turismo pode ser “de massa” ou “alternativo”, no sentido de ser contrário ao tradicional. Recapitulando a categoria “alternativa”, dentro dela estão encaixadas todas as novas formas de fazer turismo, mais preocupadas com a “preservação patrimonial, natural e cultural das comunidades de acolhimento” (SPAMPINATO, 2009: 6).

“O turismo de natureza, o turismo cultural, o turismo étnico, o turismo ecológico, o turismo rural são apenas alguns exemplos desses ‘novos’ turismos resultados da relativamente nova tendência no turismo global” (Ibidem: 9). Deve estar claro, porém que o termo *alternativo* não deve carregar consigo uma valoração intrinsecamente positiva, já que representa apenas uma intenção de oposição ao que o turismo de massa representa, correndo o risco de ser diferente apenas pelo nome, e não pela ideologia.

O turismo de massa, segundo Zaoual, vem a ser portanto aquele que “ impede o diálogo das culturas e o reduz, no máximo, a uma folclore”. Isso pode ser facilmente exemplificado pelos bailes de carnaval montados para turistas que nem sequer chegam perto da Sapucaí ou dos blocos de rua, tão tradicionais do Rio. Saem de seus hotéis com hora marcada em um ônibus com ar condicionado e insulfilme, entram no teatro e vêem mulatas dançando com pequenos trajes de plumas e paetês e absorvem aquilo como sendo a essência do carnaval carioca. Existe ainda um debate sobre se as pessoas estão sendo enganadas e iludidas ou se realmente desejam satisfazer a imagem previamente construída acerca da nossa identidade cultural.

Para facilitar uma posterior reflexão sobre que tipos de turistas estão visitando as favelas ultimamente e sobre os reflexos que a visita de cada tipo tem sobre a comunidade, faz-se importante dividir os viajantes em categorias. Apesar de antiga, a divisão que o autor Cohen fez em 1974 parece didática o suficiente para ter

aplicabilidade até hoje. Este autor defende que existem 4 tipos de turistas: os de massa organizados, os de massa individuais, os exploradores e os alternativos.

Os turistas de massa organizados se caracterizam pela dependência da “bolha ambiental” a que são submetidos pelas agências turísticas. O consumo aqui fica praticamente restrito a “feriados com pacotes completos e recheados de atrações” (SPAMPINATO apud COHEN, 1974). A novidade é inexistente ou monitorada a todo tempo pelos guias e a familiaridade domina, na apresentação aos turistas daquilo que já estão cansados de absorver pela mídia especializada.

Os turistas de massa individuais fazem uso das facilidades institucionais do sistema turístico como vôos marcados, reservas centralizadas e *transfers* para suprir o máximo das necessidades de viagem previamente. Possivelmente visitarão os mesmos pontos que os de massa organizados, mas seguindo suas próprias preferências. Acredita-se que esses turistas sejam, hoje, os mais numerosos. Considerando que as excursões se aplicam quase que exclusivamente a grupos de idosos ou de crianças, que precisam ser constantemente monitoradas, a maioria das pessoas viaja em grupos de amigos, em família, ou em casal, comprando as passagens e reservando hotel previamente mas tendo a opção de ir onde quiser, no horário escolhido, podendo até encurtar ou prolongar a viagem.

Os exploradores, por sua vez, são aqueles que se preocupam em ir onde ninguém vai. Sentem prazer em fazer diferente do que é convencionado para determinado lugar turístico e costumam seguir dicas de artigos de viagem que lhes desperte interesse ao invés de escolher o destino no “cardápio” oferecido por uma agência especializada. No entanto, é típico deste perfil voltar correndo para o conforto da “bolha” caso a situação se configure mais difícil que o esperado.

Por último, os turistas alternativos buscam o inédito a todo custo, e até mesmo o perigo e o desconforto. Têm por objetivo descaracterizar-se da figura de turista e imergir-se em meio à população local, fugindo de qualquer contato com os típicos turistas. Prezam pelo novo e não planejam nada, privilegiando os espaços e estabelecimentos de periferia, em oposição às grandes companhias.

É importante deixar claro que não foram apresentados estes perfis como características imutáveis. Cada pessoa, em um momento da sua vida, pode desejar mais conforto e segurança, ou querer se aventurar em uma experiência inédita e

excitantemente imprevisível. Pretende-se, a partir do diagnóstico dos perfis de turistas que estão se interessando pelas favelas cariocas, pensar a consequência e o impacto que cada uma provoca na comunidade e em sua população.

O que tem sido observado no Rio é uma pulsante vontade de atrair a atenção do turismo para dentro das favelas, na tentativa de quebra do paradigma deste lugar como berço da violência e da marginalidade câncer do município. Essa tentativa muitas vezes parte da iniciativa privada externa à comunidade, e outras vezes é fruto da vontade dos próprios moradores.

[...] os atores locais dos sítios que constituem o objeto de um desenvolvimento turístico, procuram participar de sua economia sem, para tanto, abandonar o monopólio do processo sob pena de gerar os efeitos cruéis constatados nas experiências do turismo de massa: marginalização econômica e social dos atores locais, destruição cultural de sua identidade, esgotamento da qualidade ecológica dos sítios envolvidos etc. (ZAOUAL, 2009: 58)

Favelas como Rocinha, Cantagalo, Babilônia entre outras já mantêm um diálogo com o turismo há alguns anos. Agora, com a instauração das forças militares do Exército no Complexo do Alemão em novembro de 2010, comunidades do complexo se unem na tentativa de dinamizar o que há de bom lá dentro. E não há pouco o que mostrar.

2.2. A Favela

A favela, tão colocada em discussão atualmente, conhecida em todo o mundo como um território de violência, mas ao mesmo tempo de preservação da cultura e das identidades, tem sido palco, desde a ECO-92, Conferência das Nações Unidas sobre o Meio Ambiente, de fortes investidas do mercado de turismo no Rio de Janeiro. Tomando por base os passeios que já são promovidos a favelas da cidade como a Rocinha, o Morro Santa Marta, o Morro dos Prazeres, entre outros, o objetivo desse trabalho foi verificar de maneira empírica como o Complexo do Alemão, representado por líderes comunitários, está se mobilizando para tentar atrair os olhares de agências de turismo e dos próprios viajantes, aproveitando as mudanças que ocorreram no tratamento dado ao complexo pela mídia, desde a ocupação militar que aconteceu em

novembro de 2010. Já existe, inclusive, um grupo de turismo formado apenas por moradores de algumas das 13 comunidades, o Complexo Tour, que está se consolidando ali e pensa em estratégias de como democratizar o turismo de favela, ao promover as localizadas nas zonas norte e oeste da cidade.

O trabalho de algumas pessoas, mas de uma em especial, está sendo determinante para que o turismo seja uma atividade cada vez mais rentável para a própria população e se reverta em desenvolvimento do comércio local, diminuição do desemprego no complexo e contribua para divulgar midiaticamente o Alemão como uma favela com grande potencial criativo e intelectual, e não apenas o cenário violento presente no imaginário coletivo. Elisabete Aparecida Dias da Silva é uma das principais líderes comunitárias e aproveita a sua popularidade junto aos moradores do complexo para divulgar as idéias de um grupo de turismo do qual participa. Membros do Complexo Tour já estão cheios de idéias e propondo mudanças na forma de turismo que já é empregada na maioria das outras favelas cariocas. Antes de conhecer a história dela, porém, faz-se necessária uma reflexão maior sobre a favela como um problema social, um espaço urbano e atualmente como uma valorosa marca.

2.2.1. Conceituação do termo, social e antropologicamente

No início do século XIX, como lembra a autora Licia Valladares, a pobreza urbana se transformou uma preocupação para as elites. Os primeiros estudos e levantamentos de dados sobre essa realidade, portanto, foram feitos inicialmente por profissionais ligados à imprensa, literatura, medicina, engenharia, direito e filantropia, como forma de propor medidas de combate à pobreza e à miséria. (VALLADARES, 2000: 6). A origem desse estudo tinha o objetivo prático de conhecer a favela para melhor administrar e gerir a pobreza e seus personagens.

Antes da favela, o cortiço era o ícone que representava a pobreza na cidade do século XIX. Considerado como “inferno social”, o cortiço era visto como berço dos homens pobres, trabalhadores e honestos em menor quantidade, mas também e principalmente onde figuravam os vagabundos e malandros, a chamada “classe perigosa”. Era ainda considerado não apenas o antro da vadiagem, mas também das epidemias e dos vícios, representando, assim, uma grande ameaça às ordens moral e

social. Por todos esses motivos foi denunciado e condenado pelo discurso médico-higienista e acabou alvo de medidas administrativas que culminaram com o seu extermínio.

Entre 1902 e 1906 o Prefeito Pereira Passos realizou sua grande reforma urbana com o objetivo de “sanear” e civilizar a cidade acabando com essas e quaisquer outras habitações designadas anti-sanitárias. Antes disso, o famoso e maior cortiço de todos, o *Cabeça de Porco* foi destruído, já simbolizando a guerra do estado contra a pobreza ameaçadora.

Muitos estudiosos do cortiço na cidade do Rio de Janeiro defendem que esse espaço habitacional foi a “semente da favela”. Alguns dizem que porque dentro do próprio *Cabeça de Porco* já havia pequenos casebres e barracões, enquanto outros atribuem a ocupação ilegal dos morros ao “bota abaixo” promovido no centro da cidade no início do século XX. Independente do modo exato com que o extermínio dos cortiços tenha culminado com a ascensão da favela, o fato é que esta passou a figurar como o mais recente espaço da pobreza.

A denominação “favela” começou a ser empregada como substantivo apenas na segunda metade do século XX, quando surge uma nova categoria para designar os locais de moradia conjunta de um grupo pobre, de ocupação irregular localizada, geralmente, em encostas. Anteriormente, esse termo estava estritamente relacionado ao morro da Favella, antigo nome do Morro da Providência, abrigo dos ex-combatentes da Guerra de Canudos, que ali se instalaram com o intuito de pressionar o Ministério da Guerra a lhes pagar os soldos devidos. (VALLADARES apud ABREU, 1994)

O status de “evolução” do cortiço rendeu às favelas o mesmo repúdio e preocupação por parte das elites e do governo carioca. Em 1900 o Jornal do Brasil chegou a denunciar a infestação de vagabundos e criminosos no morro da Favella, mesma acusação feita aos cortiços anteriormente. Chegou, igualmente, a ser alvo das mesmas políticas de saneamento, como aconteceu em 1907, em campanha liderada por Oswaldo Cruz.

“Definitivamente, a favela vai passando para o primeiro plano quando se intervém, pensa, ou discute a cidade e/ou o país, quando se planeja seu presente ou seu futuro” (VALLADARES, 2000: 8). Para estudar os meandros desse tipo de organização social, a autora chega a fazer um longo estudo sobre as associações feitas por autores da

época entre o morro de Canudos e os morros cariocas onde as favelas estavam instaladas. As semelhanças vão desde a topografia entrecortada, íngreme e rugosa, a ocupação ilegal por pessoas excluídas da sociedade, desempregadas, inválidas, doentes, vagabundos, “crianças sem futuro” e “mulheres sem família”, casebres feitos de madeira sem iluminação nem saneamento e a ausência de leis impostas pelo governo. Nos dois locais, quem manda são os donos do morro.

Ela relembra Euclides da Cunha, autor de *Os Sertões*, para quem “Canudos representava a liberdade de uso da terra, de trabalho, de impostos, de costumes e práticas sociais. Uma espécie de paraíso comunitário onde a lei nacional não entrava e as normas sociais não eram ditadas pela sociedade dominante” (VALLADARES, 2000: 11). Essa reflexão serviu como uma espécie de molde para quem, no início da formação das favelas tentava entendê-las e traduzi-las em palavras.

A favela, portanto, desde então é vista como uma “comunidade de miseráveis com extraordinária capacidade de sobrevivência diante de condições de vida extremamente precárias e inusitadas, marcados por uma identidade comum” (Ibidem). Mais adiante, veremos que esse caráter extraordinário de local de sobrevivência e confluência de dificuldade, criatividade e superação é o que despertará o interesse de turistas curiosos com a realidade da vida alheia.

Voltando um pouco à história, é apenas nos anos 30 que a favela tem sua existência confirmada e reconhecida pelo estado, ainda que de maneira negativa. No *Código de obras*, publicado em 1937, a Seção II intitulada “Favelas” foi introduzida no Capítulo XV, referente à extinção das habitações anti-higiênicas (VALLADARES apud AGACHE, 1930: 107). No Código citado, a favela é definida como um conglomerado de dois casebres ou mais, construídos com materiais improvisados e em desacordo com as normas da prefeitura. A partir desta publicação fica expressamente proibido: construir qualquer outro casebre ou reformar os já existentes nas favelas, cobrar aluguel de casebres ou arrendar terrenos no morro e a desobediência da lei implicaria em multas e demolições.

É possível perceber que as medidas pensadas para as favelas, a partir do momento em que são reconhecidas pelo governo, são meramente administrativas. Elas eram um problema a ser administrado, como ainda o são. Valladares lembra em seu texto que para agir no combate às favelas era preciso conhecê-las, bem como aos moradores, seus

hábitos de vida, o espaço em que viviam e as formas de organização da sociedade naquele aglomerado de casebres. Fez-se necessário, então, o levantamento de estatísticas oficiais.

Os primeiros censos das favelas datam do final dos anos 40, quando órgãos oficiais se voltaram para a coleta de informações. Esse novo tipo de saber possibilitaria, 50 anos após a formação da primeira favela, o redimensionamento dela como um fenômeno, até então entendido como problema de saúde pública, de estética urbana e/ou de assistência social.

Muito embora o país viesse realizando recenseamentos gerais desde o final do século XIX, e o Rio de Janeiro, na condição de capital federal, tivesse em sua Prefeitura um Departamento de Geografia e Estatística, não existiam dados precisos sobre esse universo tão discutido das favelas (VALLADARES, 2000: 23).

Em 1947, na gestão do prefeito general Angelo Mendes de Moraes, a prefeitura se adiantou ao IBGE e realizou o primeiro Censo das Favelas. O Departamento de Geografia e Estatística da Prefeitura do Distrito Federal publicou, em 1949, o censo iniciado nas últimas semanas de 1947 e concluído em março de 1948. Foram identificados, com a conclusão da pesquisa, 105 favelas, com uma população de 138.837 habitantes, 68.953 do sexo masculino e 69.884 do sexo feminino. Essas 138.837 pessoas, distribuídas em 34.567 habitações revelou a média de 4,01 pessoas por casa, no levantamento predial. Essa foi a primeira vez em que foram criadas possibilidades de conhecer mais profundamente as favelas e entender sua realidade.

Em 1950 o governo federal realizou o Censo Demográfico que, pela primeira vez, incluiu as favelas cariocas nos dados de todo o Brasil. O que se observou foi uma grande discrepância com os dados divulgados em 1949. A diferença foi enorme. Dos 105 núcleos registrados em 1949, apenas 58 figuravam neste segundo documento, com uma população de 169.305 indivíduos. A arbitrariedade nos critérios utilizados para definir conceitos e sistematizar os dados mostrou a necessidade de que fossem estabelecidos parâmetros a fim de se obter um máximo de uniformidade nos resultados de pesquisa. Hoje existem institutos de pesquisa reconhecidos como o Instituto Pereira Passos e o IBGE, que transmitem mais segurança pelo modo criterioso como pesquisam seus dados.

Apesar da discrepância tão grande entre os dados, o mais importante desses dois censos foi a forma como a favela começou a ser vista nessa época. As preocupações já não se restringiam ao tipo de construção dos casebres e a quantas pessoas viviam ali. Começou a haver o interesse no *perfil* de pessoa residente da favela. Eram consideradas variáveis novas como cor, idade, unidade de federação onde nasceu, religião, grau de escolaridade, profissão etc. Dessa forma toda a complexidade da favela começou a ser explorada e a favela já não era apenas um problema com endereço, mas sim um problema com endereço e, principalmente, *identidade*.

Em 1992, o Plano Diretor (lei complementar nº 16/1992) adotou, em seu art. 147 a seguinte definição:

Para fins de aplicação do Plano Diretor Decenal, favela é a área predominantemente habitacional, caracterizada por ocupação da terra por população de baixa renda, precariedade da infra-estrutura urbana e de serviços públicos, vias estreitas e de alinhamento irregular, lotes de forma e tamanho irregular e construções não licenciadas, em desconformidade com os padrões legais.⁹

2.2.2. A Comunidade da Grota, no Complexo do Alemão

Uma das 13 favelas que compõem o complexo, a Comunidade da Grota foi o berço do trabalho porque de lá saíram os personagens que motivaram toda essa investigação e trabalho. Uma vez conhecida a trajetória da líder comunitária Elisabete e o desejo de tornar a comunidade onde cresceu um local aberto a visitas de cada vez mais visitantes, brasileiros ou estrangeiros, por acreditar que esse encontro é importante para ambos os lados, surgiu o interesse em documentar essa luta através de um produto jornalístico.

A Comunidade da Grota foi a primeira favela visitada como objeto de estudo e lá foi possível perceber que o turista realmente tem muito o que ver e que aprender fora das favelas da zona sul. Endereço da Oca dos Curumins, ONG que terá sua história contada mais a frente, essa favela está repleta de moradores criativos, interessados no desenvolvimento humano e social da comunidade e no crescimento de um turismo interativo e cada vez mais presente. Por tudo isso, e principalmente por uma

⁹ Disponível em <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/sabren/index.htm>, acesso em 03/05/2011

identificação com o desejo desses “grotenses” é que esta favela serviu de base para o trabalho que se propôs a mostrar a influência da mídia na seleção do que é turístico e do que não é, e de como muitas vezes talentos são escondidos por falta de oportunidade de se mostrarem.

2.2.2.1 A história do Complexo

O Complexo do Alemão foi reconhecido oficialmente como bairro em 1993. Segundo dados do Instituto Pereira Passos, o IPP, já nessa época o complexo envolvia uma área de 186 hectares, ocupados por 56 mil pessoas, o que representa uma densidade de 302 habitantes por hectare, seis vezes superior à densidade média do município do Rio de Janeiro, de 49 habitantes por hectare.¹⁰

O Escritório de Gerenciamento de Projetos do Governo do Estado do Rio de Janeiro, realizou, por meio da Secretaria de Estado da Casa Civil, o Censo Favelas¹¹. Entre maio de 2008 e julho de 2009 foram coletados dados com o propósito de mapear e identificar o perfil de três comunidades: o Complexo do Alemão, a Rocinha e Manguinhos. Nessas três localidades estão sendo feitas obras para melhoria da infraestrutura urbana, por meio do Programa de Aceleração do Crescimento (PAC), e onde o governo também está implementando ações relacionadas ao PAC Social.

O EGP-Rio revelou, no corpo da pesquisa divulgada, que moradores das próprias comunidades receberam treinamento específico para trabalhar como recenseadores nesse projeto. O censo ficou dividido não só por comunidades, mas também entre residencial e empresarial. As características de cada um em específico ficou claramente explicado no site do EGP-Rio.

O objetivo do **censo empresarial** foi mapear todos os empreendimentos existentes nas comunidades e seu potencial econômico, além do perfil dos empreendedores. O próximo passo é incentivar a formalização das empresas existentes nas comunidades e realizar parcerias com empresas do entorno, criando uma cadeia produtiva na

¹⁰ Disponível em http://desafios2.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=14758, acesso em 03/05/11

¹¹ Disponível em <http://www.egprio.rj.gov.br/Conteudo.asp?ident=285> e http://urutau.proderj.rj.gov.br/egprio_imagens/Uploads/AD.pdf, acesso em 10/05/2011

região.

O objetivo do **censo residencial** foi conhecer o perfil detalhado dos moradores destas comunidades e conhecer os principais problemas das comunidades a partir do ponto de vista dos moradores para futura implantação de políticas públicas por parte dos governos. (EGP-Rio¹²)

No total, foram identificados 29.984 imóveis, sendo 27.624 domiciliares e 2.360 não domiciliares. Todos os imóveis domiciliares foram visitados, mas considerando a recusa de alguns deles em atender os recenseadores ou a ausência de outros em suas residências no momento da procura, foram entrevistadas 22.605 pessoas. Considerando a soma da população recenseada, com as recusas e as residências com moradores ausentes, calculou-se uma população total de 89.912 pessoas, e a média habitantes por domicílio igual a 3,1, quando, na verdade, apenas 69.586 indivíduos foram identificados efetivamente.

Das casas que participaram do questionário, 46,1% não têm telefone fixo, 41,1% têm telefone e 12,8% não informaram. Quando a pergunta foi se possuíam celular, 46,9% respondeu que não, 35,5% disseram que sim e 17,5% não responderam. Um dado preocupante mostrou que o serviço dos Correios não chega à casa de 53,3% dos moradores do complexo, sendo acessível a menos da metade da população.

Quanto ao crescimento do complexo ao passar dos anos, foi possível perceber com a pesquisa que, desde antes da década de 1960 o Complexo do Alemão vem crescendo cada vez mais. Antes da década de 1960 havia 863 famílias vivendo ali. Na própria década de 1960 chegaram outras 945 famílias. Até o final dos anos 70 chegaram mais 1.761 famílias; 2.877 em 1980, 3.928 em 1990 e 7.438 em 2000.

É interessante perceber que apesar da pobreza existente no complexo, 79,2% dos 22.460 imóveis que responderam a essa pergunta (145 não souberam responder) são próprios e já estão quitados. Por outro lado, a maneira como essas pessoas têm para chegar até suas casas reflete a falta de planejamento e intervenção do poder público na urbanização do complexo. Apenas 39,4% dos domicílios recenseados estão localizados em ruas onde passam carros. Das demais, 26,7% estão situadas em ruas de pedestres, 15,5% estão acessíveis apenas por uma escadaria e 14,2 estão em becos.

¹² Disponível em http://urutau.proderj.rj.gov.br/egprio_imagens/Uploads/AD.pdf, acesso em 03/05/2011, grifo meu.

O serviço de iluminação pública, apesar de chegar até a maioria ainda não está disponível para todas as pessoas. Considerando todas as casas entrevistadas, 22,4% delas têm iluminação na rua, mas não fornecido pelo poder público. 7,9% das casas ainda nem sequer têm iluminação na rua. O perfil da população do complexo é o seguinte: a grande maioria tem até 50 anos; 52,1% dos moradores do Alemão são do sexo feminino; 24,8% ainda são estudantes e apenas 20,4% estão empregados com carteira assinada.

O grau de escolaridade também é alarmante: 17,9% dos indivíduos moradores do complexo estão frequentando o Ensino Fundamental, 5,1% o Ensino Médio e apenas 1,5% chegou até a universidade. A maioria dos indivíduos cursou não mais do que o ensino fundamental (47,4%). Apenas 3,8% teve acesso ao Ensino Superior e 0,4% a algum curso profissionalizante. A média de anos de estudo calculada foi de 8,8 anos.

Esses dados podem, de certa maneira estar relacionados ao fato de somente 0,1% da população ser empresária ou empregador. Com um nível de escolaridade baixo e falta de preparo para abrir o próprio negócio, a atividade comercial se desenvolve a passos lentíssimos na comunidade. O que também explica a falta de empreendedorismo no Alemão são os baixos salários. Dos 69.586 indivíduos recenseados no complexo, 21,5% recebe até dois salários mínimos por mês (de R\$ 415,01 a R\$ 830,00). Apenas 1% recebe entre três e cinco salários mínimos (de R\$ 1.245,01 a R\$ 2.075,00) ou mais.

Os moradores também foram questionados sobre que nota dariam a vários aspectos da comunidade em que vivem no Complexo do Alemão. As notas referentes aos serviços públicos em geral, como fornecimento de energia elétrica, coleta de lixo, abastecimento de água, escoamento de esgoto e água das chuvas variaram entre 6,1 e 5,2. As notas mais baixas ficaram com a segurança pública, segurança contra desmoronamentos e deslizamentos, em relação a incêndios e à oferta de trabalho, a mais baixa de todas (2,8).

Apesar de as associações de moradores terem sido citadas por 96,3% das residências que admitiram haver alguma associação, organização social ou entidade que atua na sua comunidade, sabe-se que elas sozinhas não têm o poder de ajudar os moradores sem primeiro serem ajudadas pelo governo. A organização da comunidade em torno de uma associação que reivindique seus direitos é importante para pressionar

órgãos públicos a agir, mas no sentido de prover o que falta de infra-estrutura para a população, as associações não fazem milagres.

Em contrapartida, uma das principais figuras observadas neste trabalho, Tia Bete, diz que especificamente no Complexo do Alemão ela não tem observado interesse de presidentes de Associação de Moradores em estabelecer diálogo com a população, e isso chega a prejudicar um posterior contato com o governo. Ela, que já fez parte de uma das organizações do complexo, acha que agora as associações estão muito menos acessíveis ao povo que representam do que na época em que esteve engajada. A intenção deste trabalho monográfico não é entrar no mérito de se a associação faz seu trabalho como deveria e se representa bem ou mal os moradores de determinada favela. O objetivo é apenas mostrar que existe um problema de fornecimento de infra-estrutura básica à população que vive nas favelas cariocas e que apesar de um recente esforço dos governos estadual e federal em realizar obras de melhoria de infra-estrutura em algumas favelas do Rio de Janeiro, a maioria delas ainda continua abandonada à própria sorte.

Ainda vai demorar até que todas as mais de 625 unidades (dado cedido pela assessoria de imprensa do Instituto Pereira Passos, entendendo-se o Complexo do Alemão e outros conjuntos de favela como uma unidade apenas – ANEXO A) tenham a infra-estrutura desejável para uma boa qualidade de vida de seus moradores. Enquanto isso, o turismo continua crescendo e atraindo viajantes, quase sempre estrangeiros, para ver como o morador de uma favela sobrevive a tantas adversidades com um sorriso no rosto e um “welcome” verdadeiro, ainda que mal pronunciado.

2.2.2.2 A principal personagem da nossa história

“Tia Bete, quais são os dias das aulas de cabeleireiro?” “Quando começa o curso de textura em parede?”. Entre uma pergunta e outra da entrevista feita com a conhecida líder comunitária Tia Bete, alguém pedia informações sobre as atividades oferecidas na Oca dos Curumins. Desde a chegada até a Estrada do Itararé, utilizando como condução o metrô e um ônibus, como aconselhado pela própria Elisabete, foi só perguntar onde ficava a escolinha dela que dezenas de dedos apontaram a direção.

Nesse mesmo dia, data da minha primeira visita ao Complexo do Alemão, Nilson, um jornalista de Brasília também havia ido até ali com o mesmo propósito. Eu,

mais preocupada em saber detalhes sobre o turismo e ele, sobre o trabalho educativo da Oca, acabamos nos complementando e extraíndo da nossa entrevistada todo o censo crítico que ela, impressionantemente, tem. Para valorizar o acesso à educação e a outros direitos básicos do cidadão, Elisabete citou um exemplo muito interessante.

Caiu uma casa, dá cesta básica. O cara foi assassinado, dá uma cesta básica. Ah, não sei o que, dá uma cesta básica. Todo mundo ganha cesta básica? Tá todo mundo só morrendo de fome? E a educação, a conscientização, e a moradia digna para esse morador que está aqui?¹³

Elisabete Aparecida Dias da Silva, de 53 anos, completados no dia 19 de março de 2011, nasceu na cidade de Cruzeiro, São Paulo, e veio para o Rio de Janeiro com apenas nove anos. Após a morte de seu pai afogado no Rio Paraíba, veio com a mãe, os quatro irmãos caçula e o cachorro preto chamado Foguete, em baixo da lona de um caminhão, morar na cidade onde vive até hoje.

As tias de Elisabete moravam no Morro do Adeus, comunidade mais antiga do complexo, onde ela ficava com a mãe e os irmãos quando vinham de férias para o Rio. A avó materna vivia na Comunidade da Grota em uma casa de madeira que hoje é a casa da vizinha de Bete. “Ficamos na casa da minha avó até minha mãe conseguir comprar um ‘barraquinho’ pra nós” e segundo ela, não demorou muito para isso acontecer. Quando tinha 10 anos a mãe conseguiu adquirir um barraco de estuque para criar os cinco filhos. “Dali pra cá minha mãe iniciou a luta dela para nos criar e a gente era assim: arroz, feijão, um ovo para dividir para cinco; seis”.

A pobreza esteve presente em toda a fala de Elisabete que, paradoxalmente exibiu em cada segundo, um contagiante sorriso no rosto. A paulista se mudou para o Rio de Janeiro quando estava na terceira série, tendo que repeti-la quando chegou na Escola Walt Disney. Ao contrário do que acontece com muitas crianças, a repetição do ano letivo não lhe causou nenhuma repulsa pelos estudos, muito pelo contrário. Elisabete diz que desde então adora estudar. “Sempre gostei de ler e estudar, minha maior dificuldade sempre foi matemática, não gosto muito dela não, mas sei que é necessária”.

A menina, que sempre foi muito inquieta, gostava mais das brincadeiras “de moleque” como soltar pipa, jogar bola de gude e soltar peão. Aos dez, onze anos vendia

¹³ Entrevista à autora, 14/05/2011

as pipas que fazia. Catava o bambu, comprava a linha e todo o dinheiro que ganhava com a venda era gasto na compra de mais material para fazer novas pipas. Sempre estudando, começou a trabalhar em um *buffet* preparando festas. Foi quando ela começou a ganhar uma quantia maior, e começou a economizar. Quando tinha 14 anos comprou sua primeiro jogo de canetinhas, pois sua mãe nunca teve condições de comprar. Essa foi sua primeira grande conquista.

A mãe era sozinha para sustentar os cinco filhos somente com a pensão do pai. Na época de colégio, ainda em São Paulo, ela dividia um par de tênis com uma das irmãs mais novas. Cada uma vestia um pé e no outro, calçavam um chinelo que exibia sempre um dedo enfaixado, fingindo esconder um machucado qualquer. No Rio, a situação era um pouco melhor, pois houve uma época em que a escola fornecia o uniforme para os alunos, e um sapato de borracha para aqueles que não tinham condições de comprar apelidado de “tô na merda”.

Após terminar o Primeiro Grau, não fez o Segundo Grau de imediato. Aos 15 anos conheceu o pai de seus filhos, quando fazia o Ginásio. “Começamos a namorar e tal, mas na minha cabeça queria casar quando fosse o momento. Aos 19 anos eu estava casando. Namorei e noivei em 4 anos”. Elisabete se casou no dia 19 de março de 1977, dia em que completava dezenove anos, na Igreja São José, em Olaria. Admiradora de Nossa Senhora Aparecida, viajou até a cidade de Aparecida do Norte, para comprar o vestido de noiva de segunda mão. Até na quantidade de filhos Bete foi determinada. Sempre quis ter 3 filhos e assim o fez. Em 1978 a filha mais velha, Daniele, nasceu.

No entanto, o “filho” de Elisabete que nos cabe aqui apresentar é o Centro Cultural Oca dos Curumins, fruto de sua paixão pelo conhecimento, pela educação e deu seu compromisso com o crescimento e desenvolvimento da comunidade. A idéia da Oca sempre esteve incutida na cabeça e no coração de Elizabete, mas a prática começou no ano em que foi demitida do trabalho por haver se casado. Acostumada, como ela mesmo disse, a ter um “dinheirinho” para comprar um batom ou qualquer outra coisinha, ela se viu casada e sem dinheiro para nada. Foi quando a vizinha, sabendo dessa dedicação de Bete para a leitura e a paixão pelos estudos, lhe sugeriu que ensinasse a filha de um conhecido que estava com 7 anos, a ler e escrever.

A semente da Oca então começou com 3 alunos: Graciete, a filha da vizinha; Maria de Fátima, irmã de criação de Bete e outra menina, a Lucinéia.

Com um mês eu já estava com a sala cheia, foram aparecendo alunos. Quando eu comecei, eu iniciei na laje da minha mãe. A minha mãe tinha uma... eu comecei na sala da minha mãe, a laje foi depois. Então minha mãe tinha a sala, eu botei umas cadeiras que eu mesma peguei madeira, fiz umas mesas cumpridas, fiz os bancos e ali eles sentavam pra estudar. Mais tarde a sala ficou pequena, eu fui pra laje. Fiquei um tempão. Mais tarde a laje ficou pequena e eu necessitava de um espaço pra dar aula e vivia pedindo a Deus pra me dar um espaço, me dar um espaço, mas também grana não tinha. Quem tinha um trocadinho dava alguma coisa, quem não tinha estudava do mesmo jeito. Não era obrigatório pagar nada.¹⁴

Elisabete então começou a procurar algum lugar mais apropriado para dar suas aulas. “Me vinha sempre à mente ‘O espaço pra eu dar aula tem que ser aqui na rua que eu moro’”. Ela manteve esse pensamento firme, desejando conseguir uma casa para dar suas aulas. Um belo dia, disse ela, uma senhora estranha apareceu na porta da casa de sua mãe entregando-lhes a chave da casa de um vizinho, Rubio, cuja filha mais velha havia falecido e que estava se mudando da Grota. Segundo essa senhora, ela estava ali para entregar a chave a pedido do Seu Rubio, e que ele havia pedido, inclusive, para dizer para Elisabete e sua mãe que quando ele aparecesse por ali novamente pegaria a chave com elas.

Ela nunca devolveria a ele aquela chave. Apesar de não ter dinheiro suficiente na época, os 1700 cruzeiros pedidos, Bete estava determinada a comprar aquela casa. Nessa época ela dava aulas na Associação de Moradores e na casa da mãe dela. Pediu dinheiro emprestado para o irmão, para a mãe de uma aluna e mais uma pessoa. Quando o dono da casa chegou para pegar a casa, ela ofereceu a ele o que tinha conseguido juntar e ficou de pagar o resto na transferência da escritura para o nome dela. Isso foi em 1989, quando ela estava terminando o curso no Colégio Normal Candido Melo Leitão, no Sambódromo.

Comprou a casa, mas ficou uma semana sem entrar pois não acreditava que era sua. Passava na porta e não entrava. Conseguiu uma coisa que a princípio parecia impossível. A sensação era de nada menos que vitória. Mais uma em meio a tantas em sua vida. Desde que foi adquirido, o espaço destinado a funcionar como um centro cultural, educacional e de troca de saberes e experiências foi também usado como

¹⁴ Entrevista à autora, 14/05/2011

refúgio para qualquer um que precisasse de uma ajuda, um cantinho, um teto. Na época em que comprou a casa, uma de suas amigas estava prestes a casar, mas na semana do casamento ainda não tinha casa.

Bete, então, disse que havia comprado uma casa para dar aulas e que dividiria com a amiga enquanto esta precisasse do local. A amiga aceitou a ajuda e ficou ali com o marido. Depois de um ano, Bete quis tirar a telha e fazer uma laje na casa para ampliar o aproveitamento do espaço. Ficou combinado portanto que, enquanto durasse a obra, a amiga ficaria na casa dos pais e o marido na casa dos pais dele. Ao final da reforma, ambos voltariam para a casa, o que não foi preciso pois nesse meio tempo a amiga de Bete conseguiu comprar sua própria moradia.

Durante as obras de melhoria da Oca, Bete manteve-se ativa, carregando sacos de cimento puxando-os em cima de tapetes, tudo para ajudar e agilizar os trabalhos. Ela assenta tijolo, pinta, faz ligação elétrica, bota piso. Não tendo como pagar ela se aventurava a fazer todas essas tarefas. À medida em que a Oca foi crescendo e atraindo mais e mais pessoas, Bete diz que sentia a necessidade de fazer outras atividades, além da alfabetização e dos cursos educativos para as crianças e os adultos. Ela queria oferecer outras opções para a comunidade. A partir de então, começou a se dedicar a eventos e outras atividades.

Paralelamente ao trabalho desenvolvido por conta própria na Oca dos Curumins, Bete ainda teve disposição para se dedicar a outros trabalhos e projetos.

Em 1980, 1981 eu comecei a participar da Associação de Moradores daqui do Itararé. Minha mãe, meus vizinhos, pessoas que já estavam nesse caminho de querer uma organização, então, reascenderam a associação de moradores do Morro do Itararé. Então, o que acontece? Em 1981 houve uma reunião com os moradores, como o objetivo de reativar uma associação que estava desativada há anos; o pessoal não tinha esse entendimento de tocar isso pra frente. Não tinha sede, não tinha nada. Se reuniram aqui na casa da Dona Clarinda, que é uma das moradoras, e da irmã dela, hoje em dia já falecida, e eu fui com a minha mãe. Na formação da diretoria faltou um membro e eles precisavam fechar a diretoria. Faltava um secretário. “Bota então o meu nome como secretária da Associação de Moradores”. Tenho a minha carteirinha até hoje. O meu número de matrícula é o número 4.

Diretora fundadora da Associação de Moradores do Morro do Itararé.¹⁵

Segundo Bete, naquela época o presidente da associação tinha a intenção de melhorar a comunidade, tanto é que correu-se atrás de providenciar eletricidade, calçamento etc. Foi um momento em que a diretoria da associação percorreu cada beco do complexo para que cada um, em grupo, elegeisse um nome para fazer o registro na Light já que a luz, na época, era fornecida de grupos em grupos. Bete, apesar de ocupar o cargo de segunda-secretária, atuava como primeira, uma vez que a maioria dos outros membros da associação trabalhava, enquanto ela dava apenas suas aulas em casa.

O presidente, também atarefado e ocupado com seu trabalho lhe deu carta branca. Ela relata a conversa dos dois:

Olha, você pode agir e tal e qualquer coisa eu venho aqui e assino. E assim eu fazia! Ia pra um canto, ia pro outro, passava para ele, passava para a direção, a diretoria se reunia, conversava, ‘quebrava o pau’ dentro da associação, mas para que as coisas andassem lá fora. Então ali foi. As coisas foram caminhando...¹⁶

Os dias de Bete ficaram então divididos. Pela manhã ela dava suas aulas na Oca dos Curumins e a partir das 14h, na Associação dos Moradores, onde na época, havia apenas duas salas, chão de barro e parede no tijolo. Sempre com o ímpeto de melhoria aguçado e uma disposição invejável para ouvir tantos “nãos” antes de lograr obter um “sim”, Bete, assídua ouvinte do programa de rádio apresentado por Waldir Vieira, na Rádio Globo, ouviu dizer que o Movimento Brasileiro de Alfabetização, conhecido como MOBRAL¹⁷, estava fomentando projetos educativos.

Esse movimento foi criado em 1970, pelo Governo Federal, com objetivo de erradicar o analfabetismo do Brasil em dez anos. Na época, o país estava sob o Regime Militar, iniciado em 1964, cujo governo controlava os programas de alfabetização de forma centralizada. O Movimento, a princípio, se comprometia a alfabetizar jovens e adultos, mas acabou se transformando em uma superestrutura expandida para todo o país, no final da década de 1970 e atuando também no pré-escolar e nas quatro primeiras séries do Ensino Fundamental.

¹⁵ Entrevista à autora, 14/05/2011

¹⁶ Entrevista à autora, 14/05/2011

¹⁷ Disponível em <http://www.educabrasil.com.br/eb/dic/dicionario.asp?id=130> e <http://www.pedagogiaemfoco.pro.br/hebl0a.htm>, acesso em 27/05/2011

Na tentativa de conseguir incorporar as atividades da Associação de Moradores ao MOBRAL, em 1980 Bete foi até a subprefeitura de Ramos e Olaria (Rua Uranos) conversar com a Maria Alice, responsável pelo projeto naquele momento solicitar a parceria.

Aí a supervisora veio, olhou o espaço direitinho e falou: “Olha, aqui não tem como fazer a parceria porque, primeiro, você precisa de uma cozinha, você precisa de um banheiro adequado, um fogão. E também pintura”. Tá, tudo bem. Aí ela falou assim: “Você tem como dar uma melhorada no espaço? E depois que você melhorar a gente vem e faz a parceria”¹⁸.

Bete queria sim o apoio do Movimento para os adultos, mas o que mais lhe preocupava eram as crianças pequenas, que ela gostaria que fossem incluídas no pré-escolar. Segundo ela, as merendas oferecidas eram boas. Havia a merenda fria e a quente, com ingredientes como queijo, farinha, feijão, biscoito. Bete conta que esse foi sua primeira conquista para a comunidade. Foi o primeiro projeto que ela conseguiu levar para dentro do Alemão, já que havia feito várias outras tentativas com a prefeitura e não tinha conseguido nada.

Para melhorar as instalações da associação a fim de fechar a parceria, Bete teve que dar seu jeitinho outra vez. Ela havia escrito uma carta para o programa de rádio do Waldir Vieira, na Rádio Globo, para sua filha ganhar uma coleção de discos da banda *The Fevers*. Quando a filha ganhou, Bete foi até a sede da rádio, localizada na Glória, buscar o brinde. Chegando lá, aproveitando a oportunidade, Elisabete entregou ao pessoal da rádio uma lista que havia feito com algumas coisas de que precisava. Pediu principalmente um vaso sanitário, uma pia, e janelas, pois em uma das salas recém construídas havia apenas os vãos na parede.

Ela explicou a situação e o porquê de estar pedindo aquelas coisas e acabou sendo acolhida, recebendo muito mais do que esperava. Ela conta que foi muito bem atendida e que o pessoal da equipe de Waldir Vieira fez uma lista muito mais completa de artigos para doação. Quando o apresentador anunciou, durante o programa, que havia uma moradora do Complexo do Alemão batalhando melhorar a infra-estrutura da Associação de Moradores para conseguir uma parceria com o MOBRAL “choveram ligações”.

¹⁸ Entrevista à autora, 14/05/2011

Apareceu gente doando fogão, livros, roupas e muita coisa, bujão de gás, acho que bem uns 3 bujões, mas eu só consegui pegar um, mas porque? Como é que eu ia pegar tudo isso? Não tinha como buscar. Era gente de Niterói, gente de tudo quanto é canto da cidade. Aí eu peguei aquela listagem e as pessoas continuavam ligando. Ele falou assim: “Amanhã dá pra você voltar aqui no Programa? Porque as pessoas ainda estão ligando e tem outra listagem”. Tá, tudo bem. Eu peguei e fui acho que 3 ou 4 dias seguidos no programa. Aí tava aquela listagem das pessoas com nome, telefone, endereço pra ir buscar as coisas. E agora? Condução a gente não tinha.¹⁹

Quem ajudou Elisabete dessa vez foi um retratista da comunidade, chamado João, que tinha uma kombi. Apesar de não terem conseguido buscar todas as doações, aquilo para ela já era um bom começo. A parceria com o MOBRAL foi firmada e, a partir daí, a situação melhorou de maneira considerável. Com o apoio dado pelo Governo Federal através do Movimento, as crianças passaram a ter merenda e os professores foram capacitados. O MOBRAL não remunerava o monitor das atividades. No máximo fornecia uma ajuda de custo que, segundo Elisabete chegaria à quantia de R\$ 20,00 nos dias atuais, mas ainda assim fez a diferença para a comunidade, principalmente para os alunos.

Em 1985 o projeto acabou. Elisabete convocou as mães dos alunos, lhes deu a notícia de que a merenda não seria mais fornecida pelo governo, mas prometeu a elas que o trabalho comunitário continuaria sendo feito da mesma maneira. Finalmente em agosto de 1986 seu trabalho foi reconhecido pela prefeitura, que lhe enviou uma carta convocando-a para uma reunião. A proposta da prefeitura era assumir todos os espaços que eram do MOBRAL, não apenas fornecendo a alimentação das crianças, como também assinando a carteira de todos que ali trabalhavam. “E nisso eu estava ali, pô, radiante! Eu ia ter um salário depois de tanto tempo!”. A partir desse ano, Elisabete Aparecida Dias da Silva se tornou funcionária da Secretaria Municipal de Desenvolvimento Social, atualmente conhecida como Secretaria Municipal de Assistência Social (SMAS).

Na época, segundo a própria Elisabete, a SMAS cuidava exclusivamente pré-escolares e creches e as primeiras a serem de responsabilidade da secretaria foram as localizadas em comunidades. Bete recebeu capacitação e admite ter aprendido muito em

¹⁹ Entrevista à autora, 14/05/2011

cada projeto novo desenvolvido na secretaria. O trabalho na associação foi sendo mantido e aprimorado cada vez mais. Até então, o convênio que Bete havia conseguido com a prefeitura era parcial e, como sempre, ela queria mais. Até então a prefeitura fornecia a merenda dos alunos e o salário das três funcionárias. Batalhou até conseguir, em 1990, um convênio total que assumiu todo o prédio da associação, passando a ser responsável não só pelo salário de funcionários e merenda, mas também por qualquer obra de melhoria que precisasse ser feita no prédio.

Na parte administrativa da Associação de Moradores, se iniciavam e acabavam gestões e Bete continuava ali com seu trabalho junto às crianças. A cada mudança de presidência ou diretoria ela pedia “Olha, vamos sentar, conversar, fazer o trabalho em conjunto”. No entanto, na gestão de 1991, Bete começou a enfrentar alguns problemas para dialogar com a presidente, que não se mostrava muito aberta a decisões em grupo.

Bete sempre teve uma idéia muito clara de como deve ser uma Associação de Moradores.

Eu acho que a Associação de Moradores tem que ter de tudo. Tem que ter a política, a educação, a saúde, preocupação com o meio ambiente. Para isso é a Associação dos Moradores. Porque o morador não é único, não é específico em uma modalidade só, ele é completo. Então a Associação de Moradores tem que ser completa. Se ela não é completa é porque existe falha em algum lugar.²⁰

Sua conduta na associação também sempre seguiu a linha da eficiência, da clareza e transparência no trabalho feito com a comunidade, respeitando o espírito de equipe na decisão de próximas ações e estabelecimento de metas. Porém, chegou um momento em que ela se sentiu sozinha nessa luta em prol da comunidade, da maneira que sempre considerou correta.

Tudo eu levava à direção, à coordenação porque eu gosto das minhas coisas ‘tudo certo’! Eu gosto de jogar às claras, porque assim, se eu to certa eu gosto de cobrar. Eu faço certo e gostaria que os outros fizessem o certo também. Eu sentava, conversava, fazia as coisas direitinho e as pessoas não estavam a fim disso, entendeu? Estavam a fim de sacanagem, de sacanear, aquela coisa toda, o problema foi insistindo...²¹

²⁰ Entrevista à autora, 14/05/2011

²¹ Entrevista à autora, 14/05/2011

Nesse ano, devido aos problemas que teve com a presidente e a diretoria, Bete se desvinculou da Associação e, como funcionária da prefeitura foi transferida para trabalhar em uma creche na comunidade de Rubens Vaz. Sempre envolvida com a educação de crianças, nunca deixou a própria formação de lado. Seu sonho sempre foi estudar na UERJ. “Aquilo ali pra mim era tudo, se tornou uma obsessão”.

Chegou a conseguir passar na primeira fase algumas vezes, mas disciplinas como física e química sempre se puseram em seu caminho, dificultando o sucesso nas provas de vestibular. Chegou a passar para a UERJ de Niterói, mas na época dirigia, pela Secretaria de Assistência Social, uma creche na comunidade de Nova Brasília, no Complexo do Alemão, e não teve tempo para os estudos. Depois de muito tentar não apenas passar no vestibular mas também ter tempo suficiente para se dedicar a um curso universitário, ingressou na Universidade Augusto Motta, a UNISUAM, em 2002.

Trabalhou em oito creches diferentes (no Complexo da Maré; no Jacarezinho, na Vila Cruzeiro; na comunidade Nova Brasília, no Complexo do Alemão), mas a Lei de Diretrizes e Bases da Educação, sancionada em dezembro de 1996, determinou que as creches passariam a ser de responsabilidade da Secretaria Municipal de Educação. Essa medida do Governo Federal a afastou da creche da Nova Brasília, onde já trabalhava há seis anos. Pais de alunos quiseram se mobilizar contra sua saída, mas ela mesma não se indignou com a determinação. Seria mais uma mudança na sua vida, já tão repleta de transformações.

Após ter saído da diretoria de creches, trabalhou em projetos do governo como PET e Bolsa Família, além de ter atuado chefiando uma equipe de Abordagem (profissionais da prefeitura que abordam moradores de rua para direcioná-los para abrigos). Foi nessa época que ela se deparou com a situação mais complicada de seu trabalho: a sensação de impotência. Sempre tão acostumada a contar apenas consigo mesma para conquistar o que queria, se viu dependente do trabalho de inúmeras outras pessoas e refém de uma burocracia desmotivadora. “A prefeitura não tem estrutura para solucionar o problema dos moradores de rua, pois não tem abrigos suficientes e essa sensação de impotência estava me deixando doente”.

Pela primeira vez também teve que se confrontar com brigas de ego entre funcionários, que se faziam valer de seus “canudos” e da hierarquia de trabalho para passar por cima uns dos outros. Chegou a ensinar o trabalho que sabia desempenhar

com “o pé nas costas” para muitos funcionários *teoricamente* mais bem capacitados. Ela conta que houve uma época em que estava subordinada a uma assistente social formada, que um dia lhe pediu que continuasse fazendo os relatórios e projetos, mas que os deixasse para ela assinar. “O que eu fiz? Simplesmente não fiz mais nada e aí o serviço começou a empacar”.

Insatisfeita, procurou sua chefe direta interessada em ser transferida para outro setor, onde não encontrasse os mesmos problemas. Foi então conduzida para o Conselho Municipal do Direito da Criança e do Adolescente (CMDCA) onde mexeu diretamente com processos, aprendeu sobre a legislação que protege crianças e adolescentes, teve contato com as instituições parceiras da prefeitura. Foi uma época de muito aprendizado, mas de pouco contato com as pessoas, o mundo fora do gabinete do conselho, e isso também a incomodava. Saiu de lá após completar quatro anos de prestação de serviço.

O desejo de liberdade, de poder caminhar com seus próprios pés e pensar com sua própria cabeça fez com que Bete nunca tivesse tido interesse de se envolver com política. Não gostava da ideia de estar subjugada a qualquer partido ou ter que seguir as idéias de outra pessoa ou grupo. Mas um sobrinho de seu atual esposo, Arlindo Manoel da Silva, pertencia ao PC do B e a convenceu a se afiliar. Em 2008 ela foi candidata a Vereadora. Fez toda a sua campanha de bicicleta pelo Complexo do Alemão e apesar de não ter tido dinheiro para fazer uma campanha massiva e de grande alcance conseguiu 1053 votos.

Ela contou esse dado com um belo sorriso nos lábios. Estava claro que lhe agradava saber que, apesar de já ter sido alvo do ciúmes de pessoas que a viam como alguém determinada a abraçar o mundo com as próprias mãos de uma forma pejorativa, havia também quem reconhecesse o seu trabalho a ponto de escolhê-la para ocupar um cargo político. Esse sentimento de estar no caminho certo e de aceitação por parte do público serviu como um incentivo para a próxima candidatura. A intenção inicial era lançar-se como deputada estadual, mas o partido estava precisando de mulheres para concorrer a deputada federal e, dessa vez, chegou ao marco de quase 2mil votos.

Dessa pequena passagem pela política, como não poderia deixar de ser, Elisabete conseguiu extrair boas parcerias e contatos que, futuramente, a ajudariam a dar seqüência em seu trabalho. Foi o caso do Projeto Segundo Tempo, do Instituto da

Criança e do Adolescente, do Governo Federal, que ela conseguiu por ter tido contato, dentro do próprio PC do B, com pessoas ligadas à Secretaria de Esportes e Lazer. Esse projeto fornece lanche (guaraná e biscoito) a dois núcleos com 120 meninos em cada um, além de pagar um professor e um monitor para coordenar as atividades.

Também foi através da política que conseguiu chegar ao projeto em que trabalha hoje. Na época, apesar de querer muito ser transferida para a Secretaria de Cultura, essa mudança não poderia ser feita sem um motivo, uma justificção. Foi quando um colega do PC do B lhe contou que Celso Cunha, presidente do Planetário do Rio de Janeiro, também era afiliado ao partido e forneceu a Bete o telefone dele. Celso então, sabendo da história de Elisabete e interessado em trabalhar com ela providenciou os documentos necessários para solicitar sua presença no Planetário, o que implicaria a transferência dela da Secretaria Municipal de Assistência Social para a Secretaria Municipal de Cultura.

Tudo devidamente regulamentado, atualmente ela é Coordenadora do Planetário Social. Lá ela trabalha três dias na semana (2ª, 3ª e 5ª) organizando as excursões que acontecem todo terceiro domingo do mês. Grupos de 200, 300, 400 pessoas, entre crianças, jovens e os professores que os acompanham, têm acesso a todas as instalações do planetário entre 9h e 13h, onde também são feitas atividades específicas para cada grupo.

Paralelamente ao trabalho no Planetário, Bete mantém a dedicação ao seu projeto particular, o Centro Cultural Oca dos Curumins. Desde 1977 ele é uma realidade na vida de Elisabete, mas somente em 2008 foi que ela o inscreveu no primeiro projeto. Uma amiga, conhecedora do seu trabalho comentou com ela sobre o Ponto de Cultura. Bete não sabia, até então, do que se tratava e a moça disse que era o que ela já fazia em seu espaço, ou seja, promover atividades culturais para moradores da comunidade a fim de contribuir para a formação pessoal e profissional dessas pessoas. Ela se interessou e procurou saber mais através do edital. “Passei noites e noites feito um zumbi para escrever. Escrevi do meu jeito, mas ganhei”.

O benefício ainda não saiu, mas Bete não vê a hora de poder contar com um pouco de verba e dar continuidade ao seu trabalho aprimorando-o cada vez mais. Hoje Bete olha para trás e se sente satisfeita por ter conseguido conquistar o seu espaço, ainda

que pequeno. No local onde antigamente funcionava a Associação de Moradores em que ela trabalhou existe uma creche.

Uma iniciativa minha lá atrás, onde muitas vezes eu fui chamada de boba “Ah, você é boba, fica aí dando aula pros filhos dos outros, você não ganha nada”. Então foi uma história que, assim, eu fazia porque eu gostava. Hoje, eu tenho o meu trabalho na prefeitura, foi consequência de luta, então muita gente que ficava falando “Você é boba”, ta aí, não tem nada ainda até hoje.²²

Durante a minha visita, Nilson continuava intercalando suas perguntas com as minhas. Uma delas foi se Tia Bete via sua ONG (a Oca dos Curumins) como tendo um trabalho mais forte na comunidade do que a Associação de moradores. Ela julga ser um trabalho diferenciado, que a Associação poderia fazer também.

No momento em que você se preocupa, o que a Oca dos Curumins faz qualquer associação poderia fazer. Só que eles não estão voltados para projetos sociais voltados para a comunidade. Hoje a visão é outra. Há tempo atrás eu também tentei levar projetos para as associações, na época, só que eles estão fechados para isso.²³

Enquanto outros moradores e líderes comunitários parecem não dar importância a projetos sociais, Bete já pensa em comprar outra casa, vizinha ao prédio onde está instalada a Oca. O vizinho está pedindo R\$70.000,00 e ela, a princípio, não tem o dinheiro. O “a princípio” se deve ao fato de ela sempre conseguir o que quer com muito trabalho. Tia Bete tem fé de que conseguirá comprá-lo e já pensa nas atividades que poderá oferecer à população do Complexo. Essa casa vai servir para ampliar a OCA e garantir espaço pra as aulas de dança de salão, além de se tornar um pequeno albergue para abrigar turistas que queiram alojamento no complexo.

Futuramente ela espera não estar mais a frente do centro cultural. Hoje ela é a “cacique” da Oca, mas pretende conquistar as pessoas, ajudar a formá-las e passar o cargo para outro apaixonado pela educação como ela, que continue contribuindo para a transformação de meros indivíduos em cidadãos.

Porque que esse meu foco tanto tempo na educação? Porque eu adoro alfabetizar? Adoro pegar aqueles alunos que não sabem nada, não sabem nem fazer um “A”. Daqui a pouquinho ele já está fazendo um “A”, um nome,

²² Entrevista à autora, 14/05/2011

²³ Entrevista à autora, 14/05/2011

já está escrevendo uma coisa ou outra, já está fazendo frase e já tá tendo um pensamento crítico.²⁴

Nessa constante missão de contribuir para a formação do cidadão morador de comunidades carentes, Elisabete ainda foi correspondente comunitária do jornal Viva Favela, da ONG Viva Rio durante 5 anos. Começou em 2002, numa época em que dirigia a creche na nova Brasília, fazia faculdade e se dedicava ao jornal nos fins de semana. Trabalhava como repórter sábado e domingo e na segunda-feira, se reunia com outros correspondentes e jornalistas na redação para reuniões de pauta e estipular o que seria feito no próximo fim de semana. Por esse trabalho recebia uma gratificação, uma espécie de salário que significava o reconhecimento ao seu trabalho. No último ano da faculdade, porém, ela não estava dando conta de se dedicar à monografia e teve que abandonar o projeto, apesar de adorar o que fazia.

Hoje ela se dedica à Oca dos Curumins e ao grupo de turismo dirigido por Ricardo Wagner, seu amigo e parceiro. Divulga através das amizades que fez ao longo da vida os convites para as atividades promovidas na Oca e pelo grupo de turismo. Não pára um segundo. Parece uma formiga, que não se cansa de trabalhar, mas segundo ela mesma essa agitação é o que a faz ter mais garra e força para correr atrás do que quer. “Se eu parar, eu pifo”.

Com o grupo de turismo ela já acompanha interessados em conhecer os principais pontos turísticos do complexo, além de promover na própria OCA cursos de idiomas e reuniões preparatórias para a comunidade estar cada vez mais apta a receber visitas e interagir com os visitantes. Foi ela que procurou a imprensa para divulgar o primeiro evento de promoção do turismo no local: uma feijoada com direito a caipirinha e passeio de jeep até uma estação do teleférico. Foi a partir desse contato com ela que a idéia surgiu juntamente com o interesse de saber porque um complexo tão plural e com tantas iniciativas positivas como essa está à margem do turismo desenvolvido nas favelas do Rio. Nota-se que o Complexo do Alemão ainda carrega muito do preconceito e da fama de território “impenetrável” que sempre foi veiculado pela mídia. Agora, Bete tenta com todas as forças conscientizar os moradores de que eles podem ser vistos de outra forma e que turistas estrangeiros podem desenvolver o interesse de ir até lá, basta divulgar os pontos positivos do complexo e receber bem aqueles que lá estiverem.

²⁴ Entrevista à autora, 14/05/2011

2.2.2.3. O que mudou com a entrada do Exército em novembro de 2010

Em novembro de 2010 o complexo de 13 favelas foi ocupado pelas Polícias Civil, Militar e Federal, auxiliadas pelas Forças Armadas do país. Foi feita uma mega operação que mobilizou a imprensa nacional e internacional voltando os olhares de quem concordava ou não com ela para uma inegável questão: as favelas do Rio de Janeiro precisam receber mais atenção e suporte do poder público, mas será que a ocupação militar contribuirá para que as mudanças aconteçam, ou apenas transmitirá uma aparência de segurança que não significará muito na vida do morador?

Para saber exatamente o que mudou na comunidade, é preciso perguntar a quem reside lá e observa as transformações de perto, sentindo as consequências de cada mudança em sua própria vida. Tia Bete tem uma visão um pouco incrédula dessa onda midiática que está circundando o complexo atualmente. “A gente está aguardando pra ver o que vai dar, mas eu acho que atualmente está tudo como uma febre essa visibilidade do Complexo”. Segundo ela “Tem muita coisa que vem para inglês ver!”.

Ela acredita que, dos projetos implantados nas 13 comunidades, grande parte deles são feitos com o intuito de chamar a atenção da opinião pública para as novas ações do governo, sem que essas ações representem um real desejo em ajudar a população, acompanhando seu crescimento e desenvolvimento. “Vai trabalhar com o jovem, não é dar um curso de 3 ou 4 meses. Tem que assegurar que ele continue trabalhando naquilo e também que ele consiga um emprego”.

A ocupação aconteceu e não se pode negar que o cenário mudou. Onde antes havia crianças passeando com fuzis e escopetas na mão, agora figuram homens camuflados com armas quase maiores que eles próprios “representando” a pacificação. Bete reclama que “muita gente fala ‘Está tudo lindo e maravilhoso’. Não está tudo lindo e maravilhoso. Nós que vivemos aqui sabemos que não está”. Ela diz que muita coisa que antes não acontecia agora acontece, como por exemplo, roubos em casas e estabelecimentos comerciais na comunidade. Os moradores estão sendo aviltados em seus direitos por pessoas diferentes.

Às vezes, o cara que está ali para te dar segurança é quem está te roubando. Tenho uma amiga professora que já levou tapa na cara de policiais, dentro da casa dela, sendo chamada de mulher de bandido. Primeiramente o que

precisa ser instaurado aqui é o respeito ao morador. Cadê o respeito?²⁵

Segundo a moradora, mais do que transferir o comando do complexo das mãos dos bandidos para o Exército, uma verdadeira mudança nas comunidades acontecerá quando houver maior investimento e mais oportunidades para a população, transmitidos em projetos sociais e de capacitação. De fato, esse trabalho de resgate da população dando-lhe voz ativa e cidadania depende de um bom diálogo entre o poder público (a prefeitura, o governo estadual e o federal) e as associações de moradores do Alemão. Através dessa conversa entre população e poder público, os moradores do Alemão organizados poderiam dizer o que realmente lhes é importante, não apenas em termos de segurança.

No entanto, essa parceria entre autóctones e a prefeitura somente poderia ocorrer após “a união verdadeira entre todas as associações, de todos os líderes comunitários, porque tem pessoa que quer bater no peito ‘Ah, eu sou líder’. Qualquer um pode ser líder desde que ele tenha um entendimento, desde que tenha iniciativa”.

Um aspecto importante a ser citado é a indispensável participação do morador na associação, porque as decisões a serem tomadas para posteriormente serem apresentadas em uma conversa com o prefeito não devem vir da cabeça unicamente do presidente e da diretoria da associação. Bete defende que a associação é o morador e que este deve ser sempre convidado para discutir qualquer assunto que esteja em pauta; para o bem da favela como um todo. A comunidade precisa estar aberta para a própria comunidade e a participação de cada morador deve ser incentivada. Os membros da associação deveriam passar informando às pessoas sobre as reuniões e, ainda que participem apenas 20 ou 30 pessoas, como disse Elisabete, o papel da associação terá sido cumprido.

Por outro lado, Bete admite que a participação do morador sempre foi muito aquém do que deveria. “Se eu aparecer ali e falar: Ah, vai ter reunião; não vai aparecer quase ninguém. Ainda mais hoje que eles estão calejados, estão cansados, que ninguém resolve nada”. Entretanto, o morador precisa conhecer seus direitos junto à associação e se sentir mais ouvido para voltar a dar credibilidade ao trabalho dessa organização comunitária. A partir do momento em que o morador tiver voz nas plenárias e nas metas

²⁵ Entrevista à autora, 14/05/2011

de melhoria para a comunidade ele vai aumentando a noção de pertencimento àquela comunidade e se engajando cada vez mais. Está claro que não são todas as pessoas que se interessam por qualquer organização política, mesmo uma associação de moradores, mas caso a participação esteja ligada diretamente a melhorias na vida dessas pessoas, o percentual de participação de engajamento, sem dúvida, terá um crescimento notório.

A partir então, do momento em que os moradores tiverem iniciativas produtivas, com o objetivo de tomarem conta do seu próprio destino, nem os traficantes nem a Polícia terão tanto poder como tiveram até agora. A união dos moradores, nesse caso, fortaleceria o Complexo do Alemão como favela, talvez como bairro e como um grupo capaz de pleitear mudanças e conseguí-las mais facilmente. Todo esse pensamento é utópico, mas Elisabete já conseguiu superar tantas expectativas que se reserva ao direito de continuar acreditando no que o resto do mundo considera impossível.

2.3. O Turismo na Favela

Quando questionada sobre o que entende por turismo, Tia Bete disse: “Turismo eu acho que é o momento que você vai; a descoberta de alguma outra coisa”. Tomando essa tão simples definição como parâmetro, depreende-se que o turismo, além de uma atividade comercial de crescente apelo nos mercados nacional e internacional, é também a chave para novas descobertas, novos horizontes. É tornar familiar o desconhecido e aprender com essa aproximação. Se ele é feito em massa, de forma alternativa, como ecoturismo ou como turismo étnico realmente não é o foco do grupo de turismo dirigido por Ricardo Wagner e Elisabete Dias da Silva.

O turismo feito na favela tem o potencial de oferecer ao viajante sensações das mais diversas, que variam de acordo com o ideia que este faz do que seria uma favela. Deslumbramento, frente à arquitetura que desafia a gravidade; admiração pelas pessoas que sobrevivem ali com tanta alegria; perplexidade com o contraste entre ricos e pobres (principalmente nas favelas da Zona Sul da cidade); indignação com a profunda desigualdade social existente no Brasil e até pena das crianças que nasceram ali. Dependendo de como e por quem (autóctones, iniciativa privada ou poder público) esse turismo seja conduzido, o turista terá maior ou menor participação e poderá até se manifestar de modo a interferir na vida da população local positivamente, caso os agentes de turismo criem um ambiente propício para isso.

Considerado uma forma de turismo alternativo inicialmente, o turismo de favela já está sendo feito na Rocinha, por exemplo, como turismo de massa. Todos os dias vários jipes de empresas diferentes despejam turistas e mais turistas na favela que virou bairro, mas que não usufrui praticamente nada dessas visitas que recebe por sua fama de maior favela da América Latina. O Morro da Babilônia, por outro lado, tem o turismo explorado apenas por moradores locais e atrai os turistas mais interessados em vivenciar o passeio na favela por uma ótica mais humanizada e preocupada efetivamente com as consequências de sua visita àquela comunidade. O turismo no Alemão ainda está pouco difundido e recebe apenas poucas pessoas interessadas em se inserir naquele ambiente durante um determinado tempo, despidendo-se do caráter de turista, no entanto a idéia é atrair mais pessoas e tornar a visita periódica. É importante observar cada etapa desse processo de idealização do turismo para o complexo e saber de que maneira o grupo pretende atuar.

2.3.1. Quando o ‘asfalto’ começa a voltar seus olhares para a favela

A visibilidade midiática da favela não é algo recente. Desde o final do século XIX e início do século XX as favelas já figuravam nos jornais, ora mais intensamente, ora menos. Como já foi visto no texto de Valladares, a presença da favela na mídia existe desde o início de sua formação, quando a pobreza urbana já perturbava e preocupava as elites letradas, público alvo dos jornais do século XIX. Em 1897 nasceu o Morro da Providência, primeira favela do Rio, e desde então esse espaço urbano marginalizado vem sendo alvo de críticas jornalísticas, textos literários e estudos médicos, que tinham como objetivo formular maneiras de extingui-lo.

O que também foi observado após análise do texto de Valladares, foi a progressiva mudança na abordagem das favelas. Enquanto a princípio eram vistas apenas como um problema social, foram sendo, aos poucos, aceitas como um local de moradias de milhares de brasileiros com identidade e, por isso, anseios, problemas e dificuldades como qualquer outro. Com o tempo, a favela não deixou de ser vista como um problema, mas foi sendo encarada como algo a ser solucionado e não mais exterminado.

Hoje, a favela é um dos destinos turísticos mais procurados pelos turistas estrangeiros. Essa curiosidade pelo mundo exótico da favela carioca também não é novidade. Em 1930, José Casais, embaixador espanhol em missão diplomática no Brasil, fez questão de visitar a favela e em suas memórias de viagem relatou ter sido uma experiência muito agradável. Outros tantos embaixadores, cientistas sociais, filósofos e escritores visitaram o que o próprio carioca fazia questão de ignorar e manter à distância a princípios do século XX.

Apesar de não ser novidade, as visitas às favelas só se tornaram massivas na década de 1990. Bianca Freire-Medeiros aponta alguns exemplos desse fenômeno que fez da favela um “atalho metonímico para tudo que é tropical, rústico e reciclável” (2006: 7) e a consolidou como destino turístico. A autora defende que essa ascensão da favela como ponto turístico se deve a principalmente duas coisas: à expansão do formato *reality tour* mundo afora e à vendagem mundial da “marca” *favela* como sinônimo de “carioca”, assim como as praias cheias de mulheres bonitas e biquínis pequenos.

Os *reality tours* surgiram como uma estratégia do mercado para se adaptar à sociedade de consumo, que embora tenha a massificação dos bens como uma característica, também procura atender, paradoxalmente, às idiossincrasias de cada um. O turismo, assim como os demais serviços está cada vez mais singularizado e segmentado, para atender “desde o turista estereotípico, ávido por encontrar signos familiares transpostos para cenários tropicais, até o mais ‘radical’, que se nega terminantemente a responder pela alcunha de turista” (FREIRE-MEDEIROS, 2006: 3)

A mesma autora ainda faz uma interessante divisão entre dois tipos de *reality tour*: os sociais e os sombrios. Os sociais seriam aqueles em que “atuam fornecendo crédito, treinando pessoal, intermediando a relação entre os que trabalham com o turismo e os moradores das localidades que serão visitadas, sempre com uma orientação supostamente educacional e conscientizadora” (Ibidem: 4). A ONG Global Exchange, sediada em São Francisco, Estados Unidos, foi a pioneira nessa atividade, mas já não é a única a atender às demandas daqueles indivíduos que desejam se inserir e dar alguma contribuição no combate aos problemas sociais do mundo.

No outro extremo está o tour sombrio, que viaja a lugares associados ao sofrimento, mortes e desastres naturais como aos campos radioativos de Chernobyl,

campos de batalha do nordeste da França, campos de concentração como o de Auschwitz, ao local onde ficavam as Torres Gêmeas, em Nova Iorque, e pelos estragos ainda visíveis na cidade de Nova Orleans. Essa modalidade turística atrai pessoas ávidas por histórias drásticas, miséria e mortes espetacularizadas.

A grande potencialidade da favela como atrativo turístico está na possibilidade de se explorar ambas as vertentes dos reality tour em um só lugar.

Ao mesmo tempo em que permite engajamento altruísta e politicamente correto diante da paisagem social, motiva um sentimento de aventura e de deslumbramento diante da paisagem física. É a experiência do autêntico, do exótico e do risco em um único lugar (FREIRE-MEDEIROS, 2006: 6).

A forma como esse turismo será feito, com mais ou menos ética e comprometimento social com a população autóctone, vai depender do cuidado dos agentes e operadores de turismo.

Outros fatores também alavancaram a favela como espaço de destaque e conservação da cultura autêntica do Rio. A Eco-92 é vista como um marco no início dessa atividade. Foram inclusive os próprios turistas que, durante a Conferência das Nações Unidas para o Meio Ambiente e o Desenvolvimento, realizada em 1992, pediram para que as agências e guias de turismo “esticassem o passeio ecológico à Floresta da Tijuca até a maior favela da cidade, a Rocinha”²⁶. Foi nesse ano que a favela deixou de ser o território ilhado e impenetrável para se tornar disputado pelo lucrativo mercado do turismo. Apenas na Rocinha atuam mais de sete agências.

Os filmes *Orfeu Negro*, de 1960, e *Cidade de Deus*, de 2002, figuram, em várias bibliografias aqui estudadas, como importantes dinamizadores da imagem do morador da favela como um povo que supera adversidades diariamente e que, apesar de haver violência por parte de alguns membros da comunidade, não são todos iguais, pelo contrário, a maioria é trabalhadora e honesta. Segundo Freire-Medeiros, *Orfeu Negro* foi o “responsável por produzir na consciência internacional uma poderosa associação entre quatro conceitos correlatos: brasilidade, negritude, favela e carnaval” (FREIRE-MEDEIROS, 2006: 12).

²⁶ Disponível em <http://estadao.br.msn.com/ultimas-noticias/artigo.aspx?cp-documentid=25268452>, acesso em 01/05/2011.

O filme brasileiro, por sua vez, procura dar um ar “cool” e “sexy” à favela. Uma imagem estilizada de um espaço ainda muito visto como miserável e violento. Apesar de ter impulsionado a atividade turística no ambiente favelado do Rio, a própria Cidade de Deus não se afirmou como um procurado destino. No próximo ponto discutiremos os principais motivos para isso, além de refletir sobre o potencial da Comunidade da Grota, no Complexo do Alemão.

Por fim, outro fator de fomento ao turismo nas favelas foi a instalação das Unidades de Polícia Pacificadora. Comunidades antes dominadas pelo tráfico agora transmitem não apenas ao morador do Rio, mas também ao turista, a sensação de que as comunidades estão controladas pela Polícia Militar e que, por isso, nada de ruim acontecerá. Sabe-se que não é assim. O tráfico continua funcionando em muitas das comunidades “pacificadas”. De qualquer maneira, a sensação de segurança já é muito maior e faz com que as pessoas tenham mais confiança para entrar e sair das comunidades, devidamente acompanhadas por seu guia.

É possível perceber que a favela está em alta. Seja no exterior, onde sandálias havaianas são vendidas a um preço alto por serem “o calçado dos meninos de rua e favelados do Brasil”, ou na própria cidade, em que cariocas de classe média e alta frequentam bailes *funk* e ensaios de escola de samba nos morros. Espaços antes ditos “às margens do pacto civilizatório”, agora congregam classes sociais, preferências sexuais, religiosas e musicais muito distintas em uma harmonia que talvez não fosse possível em qualquer outro lugar.

2.3.2. Os atrativos e diferenciais da favela

Considerando o turismo como criador de uma “economia de sensações”, como classificou Freire-Medeiros (2006: 2), aliado à favela ele pode ter esse apelo ao sensível muito mais marcante. Não se discute que para quem não está habituado, o cenário de pequeninas casas simples, de tijolos à mostra, amontoadas em vielas e terrenos íngremes e crianças correndo descalças em uma incômoda liberdade é algo assustador, fascinante, intrigante e curioso, “tudo ao mesmo tempo agora”.

Essa conceituada pesquisadora do turismo de base comunitária, acredita, no entanto, que para se firmar no cenário turístico, uma favela precisa ter alguns fatores

básicos além de pessoas pobres vivendo em conjunto. Uma boa localização e principalmente uma vista bonita, da população em harmonia com a natureza, são detalhes que, sem dúvida, atraem mais turistas para algumas favelas do que outras.

A Rocinha, portanto, como tem ambas as coisas, é uma das que mais se destaca no cenário desse ramo do turismo no Rio. Em 2006, apenas nessa comunidade atuavam sete agências, a saber: Be a Local, Don't Be a Gringo, Exotic Tours, Favela Tour, Jeep Tour, Indiana Jungle Tour, Private Tour e Rio Adventures (Ibidem: 8). É curioso notar como a maioria dos nomes atribuem uma conotação de safári ao passeio, quando não tentam convencer o turista de que ele será mais um autóctone daquela região, o que sabemos que não é verdade.

A possibilidade de entrar e sair pelos bairros de São Conrado e da Gávea permite uma fuga mais rápida, caso algum conflito violento tenha início durante a visita a essa comunidade. Além disso, a proximidade com alguns dos hotéis mais importantes da cidade também facilita a vida de quem não quer ter que passar muito tempo em um jipe desconfortável. Está localizada próximo ao Shopping Fashion Mall, um dos mais caros do Rio em termos de lojas de grife e restaurantes sofisticados, o que permite ao turista sair de uma experiência na “selva de pedra”, e em poucos minutos estar inserido novamente na sua realidade. A vista desses bairros, donos dos IPTUs dos mais caros da cidade, agrega ainda mais valor ao turismo na Rocinha, ainda que estudos feitos por pesquisadores da área revelem não ser esta a experiência de turismo mais ética, sustentável e preocupada com o desenvolvimento da comunidade que explora economicamente.

Como observou a pesquisadora Freire-Medeiros, apesar de os operadores de turismo na Rocinha terem o discurso muito consolidado de que a favela não é um local onde vivem apenas criminosos, contribuindo para quebrar a imagem de que a favela é necessariamente violenta, muitas agências “encorajam sim uma relação ‘de zoológico’ com a localidade, na medida em que seu foco direciona-se aos favelados – incentivando, inclusive, que os turistas fotografem o interior das casas – e não aos aspectos sociais, culturais e políticos da favela” (Ibidem: 11). De fato, apesar de todos os atrativos e toda a lucratividade que a Rocinha gera no campo turístico, a própria comunidade não usufrui dos benefícios econômicos gerados na mesma medida que as agências, pois não

há passeios gerenciados por moradores e os turistas consomem muito pouco durante a visita.

Mudando de foco, o Morro dos Prazeres é uma das inúmeras favelas de Santa Teresa, o bairro que por si só já atrai os turistas que desejam entrar em contato com seus recursos históricos e culturais. Apesar de não ter a vista privilegiada da Rocinha, o Morro dos Prazeres se beneficia da fama que Santa Teresa tem de oposição a Copacabana. Atrai turistas mais “alternativos”, que estão em busca dos locais mais tradicionais, “autênticos” e detentores da essência boêmia da cidade. Quanto à participação dos autóctones nos passeios turísticos, isso também pode ser considerado um diferencial e até um atrativo, que atende à demanda de pessoas que realmente se preocupam em ajudar e fomentar o desenvolvimento da comunidade que visitam. A associação de moradores do morro vive em parceria, e por vezes, em disputa pela implementação do turismo local. Não nos cabe agora, no entanto, avaliar a participação de cada um. É importante apenas destacar que os moradores estão sim a par de tudo o que é desenvolvido no Morro dos Prazeres e que, quando a proposta da iniciativa privada não lhes parece justa, o “dono” do morro intervêm e impede a ação desta.

A Cidade de Deus, como foi visto antes, não atrai pela autenticidade da boemia, nem pelo contato direto com a natureza, nem pela vista deslumbrante, muito menos pela proximidade com fáceis rotas de fuga, para casos de deflagrações de conflitos violentos. Apesar de mundialmente conhecida pelo filme que leva seu nome, essa favela é quase sempre substituída por outras mais bem localizadas no mapa turístico do Rio e, digamos assim, mais bonitas. Ela tem uma distribuição horizontal que não transmite ao turista aquela sensação da pobreza recompensada pela beleza de acordar todo dia avistando o mar, ou até mesmo os belos condomínios da zona sul.

Pelo contrário, do meio da Cidade de Deus o máximo que se consegue enxergar são casas e mais casas amontoadas, vielas sujas e nenhuma perspectiva, pelo menos visual e ilusória de se mudar dali para um lugar melhor. Essa favela estava praticamente esquecida quanto a qualquer aspecto positivo até que o Presidente norte-americano Barack Obama foi visitá-la com sua família. Antes desse fato, que novamente a projetou para o mundo, a Cidade de Deus aparecia na mídia, majoritariamente, em meio a conflitos entre traficantes e policiais, ou como uma comunidade dos baixíssimos índices de desenvolvimento humano e altos de analfabetismo.

No caso específico do Complexo do Alemão, a ocupação por parte do Exército desse conjunto de 13 favelas transmitiu ao mundo a ideia de que, a partir de novembro de 2010 as favelas estão pacificadas e já se pode transitar ali sem qualquer preocupação. Essa mudança de *status* de comunidade impenetrável para complexo pacífico já é um forte atrativo para quem deseja conhecer o conjunto de favelas até então considerado um dos mais perigosos.

Tendo em vista, porém, os aspectos mais visuais e menos conceituais do Alemão, o visual desde lá de cima também impressiona. Um mar sem fim de pequenas casinhas, em ondulações formadas pelos vários morros aglomerados chama a atenção até de arquitetos estrangeiros, como contou Elisabete. Na semana entre os dias nove a quatorze de maio um fotógrafo canadense, que mora em Nova York, esteve no Complexo do Alemão com dois assistentes, um alemão e um francês. Ele foi até lá pois estuda o tema “arquitetura da favela”. Quinze dias depois da primeira visita eles voltaram para fazer as fotos com que vão mostrar ao mundo o potencial arquitetônico de quem tem que se virar com poucos recursos.

O teleférico do Alemão também é um diferencial. Apesar de haver bondinhos em outras favelas do Rio de Janeiro, como o Santa Marta, o Complexo é o único a oferecer esse tipo de passeio aos turistas. É o único a proporcionar outra perspectiva da favela; nem de baixo, nem de cima do morro, mas no ar, entre um morro e outro. A experiência semelhante a subir o Pão de Açúcar “flutuando” tem o potencial de provocar reflexões nos turistas sobre o abandono de algumas regiões em detrimento de outras e o porque de essas regiões, por tanto tempo preteridas, estarem agora adquirindo importante status econômico. O que mudou na mentalidade dos políticos que antes tentavam esconder as favelas com tapumes e outdoors e agora estão colocando-as em espécies de vitrines para os turistas?

Essa pergunta não é difícil de responder. O governo se curva sempre à vontade do público que lhe trará mais lucro. Se os turistas agora decidiram que a favela está na moda e que deve ser visitada, desbravada e debatida, o governo, ávido por divisas, dirá “amém” a essa nova demanda e satisfará os desejos dos investidores. No sentido de prover cada vez mais aproximação entre o turista e seu objeto de desejo, a RioTur chegou até a indicar um tour na favela em seu guia de carnaval (ANEXO B), admitindo em sua frase final que “o morro está mesmo na moda”.

Voltando aos pontos turísticos possivelmente visitados pelas excursões no Alemão, figuram a pedreira no alto da Serra da Misericórdia, mais uma vez provocando um questionamento no turista sobre a preservação do meio ambiente ao proporcionar-lhe uma agradável experiência rural no coração de um centro urbano como é o Rio de Janeiro. Passeios ciclísticos e competições de *mountain bike* já estão acontecendo no local, já que a área verde é bastante grande e tem capacidade para abrigá-los. Descendo a Serra está o Morro do Mineiros, onde o pessoal do Complexo Tour pretende estabelecer uma parada para lanche e saboreio de quitutes da culinária típica do estado de Minas. Nesse local também seria contada a história de vinda dos mineiros para cá e o processo de instalação no complexo.

A própria Oca dos Curumins está sendo empregada como ponto de partida dos passeios pelas comunidades e, assim que o espaço físico for aumentado e a instalação de dormitórios seja possível, passará a funcionar também como albergue, oferecendo pouso a quem queira permanecer ali por mais tempo e conhecer as 13 comunidades e seus moradores mais a fundo.

2.3.3. Os esforços das lideranças comunitárias para desenvolver a atividade.

Um exemplo a ser citado e talvez até seguido é o do Morro da Babilônia, onde apenas autóctones desenvolvem e atuam no turismo da região. O Morro da Babilônia foi apresentado ao mundo em 1960 com o filme de Marcel Camus, *Orfeu Negro*. “Desde então, Babilônia vem esporadicamente atraindo turistas de diferentes nacionalidades em busca, talvez, das cores exuberantes e das criaturas graciosas que sobejam no filme francês” (FREIRE-MEDEIROS, 2006: 12). Alguns autóctones, ao perceber o interesse do turista na região começaram a pensar em maneiras de potencializar essa atividade, haja vista os benefícios que viriam com a visita dos estrangeiros.

A CoopBabilônia foi então a cooperativa montada pelos moradores dessa favela, para organizar os passeios sem a participação de agentes externos. Em entrevista à pesquisadora Freire-Medeiros, as lideranças comunitárias disseram que resistem a parcerias com agências e guias de turismo porque acreditam que esses profissionais têm uma visão estritamente comercial do que seria o turismo na região e que o fariam

apenas pelo lucro, sem visar a sustentabilidade da favela. Segundo Freire-Medeiros, que participou de uma das incursões à favela organizada pela cooperativa, o passeio logra “realizar a interação, certamente pontual, entre favela e segmentos da classe média que, no mais das vezes, vêem o turismo na Rocinha ou como uma excentricidade dos estrangeiros e/ou como uma prática que denigre os favelados” (2006: 13).

O atrativo, portanto, desse tipo de turismo mais responsável faz com que o local seja procurado por pessoas que querem que seus investimentos sejam diretamente revertidos para a localidade e que os recursos ecológicos não sejam ameaçados. A desvinculação com a iniciativa privada, no entanto, limita a atuação e organização da CoopBabilônia. Sem verba para manter um número adequado de pessoal e melhorar a estrutura física do ponto de partida dos passeios e de reuniões da diretoria, a expectativa de tornar regular a oferta dos *tours* vai ficando cada vez mais pra frente. Falta também dinheiro para a capacitação de pessoal, em cursos regulares de turismo que garantam o título de guia. Além das dificuldades econômicas, essa população, preocupada com o cuidado com meio ambiente, ainda se vê, por diversas vezes, envolvida em tensões entre explorar e preservar. “Como desenvolver o turismo na região sem prejudicar a natureza?” é o grande questionamento.

No caso do Complexo do Alemão, os recursos como bela vista para o mar e uma localização estratégica de comunicação com as principais áreas da cidade não são encontrados. Assim como na Cidade de Deus, falta o *glamour* da proximidade com badalados Shoppings Center e praias da Zona Sul e o acesso não é dos mais fáceis (enquanto não houver um transporte direto para lá a opção mais fácil será um trajeto de metro até a estação Nova America e um trecho de ônibus até a Estrada do Itararé), mas o contato direto com a natureza ainda preservada é um ponto forte do complexo.

Além disso, a vista do alto da estação do teleférico do Morro do Adeus é uma das mais bonitas de todo o Rio de Janeiro que permite ter uma noção quase em 360 graus de toda a cidade. O que falta por um lado é compensado por outro e pode-se dizer que o Complexo não perde em nada para as favelas da Zona Sul, para merecer a exclusão do meio turístico, mas só conferindo para atestar. É por isso que todos os esforços iniciais terão que ser feitos para atrair os primeiros grupos de turistas para lá, até que a fama do Alemão turístico circule o suficiente para começar a andar se sustentar por si mesma.

2.3.4. Os objetivos (o que os líderes querem conseguir, conquistar para a Grota com o desenvolvimento do turismo na região)

Como foi dito há poucas linhas, a denominação acadêmica para o tipo de turismo que já existe e que será cada vez mais forte no Complexo do Alemão não é a principal preocupação dos empreendedores estudados nesse trabalho. Para eles, os objetivos estão muito claros, assim como os caminhos a trilhar para se chegar ao sucesso. Alguns passos, inclusive, já foram dados. Existe, por parte da Tia Bete e do Ricardo uma grande vontade de mostrar que já existe no Complexo do Alemão um grupo qualificado e reconhecido, pronto para fazer esse turismo no Rio de Janeiro.

‘Está’ vindo nesse momento para cá várias ONGs, ONGs que a gente nunca ouviu falar para fazer trabalhos ou dizer que faz trabalhos aqui dentro do Complexo do Alemão. A mesma coisa com o turismo. Muita gente está de olho no Complexo do Alemão, para fazer um turismo aqui. O que precisa é que, a quem abraça esses projetos, que primeiro olhe pra cria do local. Essa a intenção desse grupo.²⁷

Em conversa com os líderes envolvidos no projeto para dinamizar o turismo no complexo, fica nítida a preocupação em manter envolvidos nessa atividade apenas os moradores locais, sem envolvimento de iniciativas privadas. Tanto Elisabete como Ricardo conhecem o vasto leque de possibilidades com que podem explorar o turismo no complexo, uma vez que existem turistas dos mais variados perfis e demandas diferentes surgem a cada dia. Porém, eles também tem claro para si o que esperam que essa atividade gere em termos de emprego, renda, perspectiva de vida para o morador e informação para quem vê de fora.

O interesse está longe de ser subir o morro com pencas de turistas e suas máquinas *Canon*, que caminhem durante não mais que um par de horas e saiam de lá sem ter trocado qualquer tipo de experiência com o morador, nem lhes tenha acrescentado nada. Objetiva-se valorizar o Complexo do Alemão na medida em que pessoas que tenham essa curiosidade de conhecer e que queiram vivenciar um dia dentro desse conjunto de favelas valorize também cada morador.

²⁷ Entrevista à autora, 14/05/2011

Cada um que tem a sua arte e a sua cultura e que tem o seu trabalho dentro do complexo. O pacote turístico idealizado por Ricardo, Elisabete e o grupo que trabalha com eles e que já foi até feito experimentalmente por uma vez, inclui um típico passeio de jipe, o já esperado passeio às estações do teleférico, mas também um almoço na casa de um morador, onde os turistas serão recebidos por moradores com quem poderão conversar, esclarecer qualquer curiosidade sobre a vida no local e também contar um pouco da sua vida no país e cidade de origem.

Os locais são humildes e o turismo servirá de um modo de fortalecer esses pequenos comerciantes. A alternância no local de visita para lanches permitirá aumentar o número de beneficiados com a verba do turismo. Já existe no complexo a prática de hospedar turistas estrangeiros em pequena escala. Pretende-se ampliar essa vertente do turismo, pois acredita-se que dessa forma a imersão é muito mais intensa e, conseqüentemente, as trocas são muito mais férteis. Elisabete contou o exemplo de uma escocesa que esteve hospedada na Oca dos Curumins durante um mês. Uma escocesa chamada “Risol” (Bete não soube soletrar o nome) chegou até a Oca dos Curumins através do grupo de capoeira Iuna, que traz muitos gringos para jogar capoeira no Brasil. Um dos professores de capoeira desse grupo dá aula na Oca dos Curumins. Ela foi até o Brasil para conhecer as comunidades carentes e ali fazer trabalhos sociais e, no albergue, conheceu pessoas que conheciam Tia Bete e fizeram a ponte entre as duas. Na Oca dos Curumins a escocesa fez um trabalho de artes com as crianças durante um mês por dois dias na semana, de manhã e de tarde. Bete e sua hóspede conversavam através do tradutor do Google, mas se entenderam muito bem.

Na Oca dos Curumins, também mais popularmente conhecido como Escolinha da Tia Bete, são oferecidas aulas de inglês gratuitamente, todos os sábados, como uma forma de preparar as crianças, os jovens e também os adultos para essas conversas com os turistas estrangeiros. Dessa forma, lhes será possível não apenas contar a sua rotina para o visitante, suas dificuldades, tristezas e alegrias, como também escutar o que o visitante tem a dizer sobre a idéia que fazia da favela e sobre o que o motivou a chegar até ali. As idéias ainda estão na cabeça do grupo. Nas palavras de Elisabete “Tudo é uma questão de início, de preparação, de aprender junto. A gente começa a ter uma idéia e vai aparando as arestas à medida que vai indo ao encontro de situações novas”.

Apesar de o turismo “de fora para dentro” do complexo ser, de certa forma, uma novidade no Alemão, o “de dentro pra fora” já vem sendo posto em prática há cerca de 20 anos.

A gente faz [o turismo] com as nossas crianças aqui, faz com a comunidade, porque se você for parar pra ver tem gente que nunca saiu dos arredores da favela e adultos que nunca saíram daqui para ir ali no centro da cidade sozinhos, que não ‘conhece’ nada!²⁸

A primeira excursão que ela levou para fora do Complexo do Alemão se realizou a princípios da década de 80 e o destino foi a Quinta da Boa Vista. Com o passar do tempo Tia Bete deixou a imaginação fluir e já levou as crianças ao cinema, ao teatro, à praia, sempre contando com a ajuda de sua mãe e de algumas mães de alunos, sempre selecionando criteriosamente quem levar. “Dependendo do passeio não é toda mãe que eu levo. Só levo aquelas mães que vão cuidar de todas as crianças e não apenas das suas”.

A intenção é obter, com o turismo, seja ele para fora ou para dentro do Alemão, um desenvolvimento dos moradores, a ampliação do raio de visão e mudança na maneira de ver as coisas. Conhecendo o estrangeiro e sendo conhecido por ele, Bete e Ricardo acreditam que os moradores poderão também se conhecer melhor e almejar destinos diferentes para a sua vida, pensando cada vez mais alto. A principal missão do turismo na região, portanto, não é apenas abrir as portas do complexo para os estrangeiros, mas abrir as portas do mundo para os moradores.

Para que o morador tenha condições de apreender o que for trocado com os visitantes é primordial o aprendizado do inglês como segundo idioma, que poderá ser usado em outras tantas ocasiões na vida. Na própria Oca dos Curumins existe um curso de inglês aos sábados que já atrai a atenção dos alunos mais interessados. A idéia é oferecer cada vez mais turmas em horários diferentes para que cada vez mais moradores possam participar e estar preparados para receber os viajantes.

2.3.5. O papel determinante da mídia na obtenção desses objetivos

²⁸ Entrevista à autora, 14/05/2011

Desde a consolidação da televisão como um meio de comunicação de massa após a Segunda Guerra Mundial, esta está inserida na sociedade como um instrumento dotado de muito mais significado e atribuições do que simplesmente entreter e informar. Teóricos da comunicação há tempos admitem que esta tecnologia, a princípio indefesa, tem o poder de formar opiniões, construir identidades, segregar grupos sociais e criar uma segunda realidade, paralela à que vivemos, afirmando-a como “efetiva”.

Deste modo, as formas pelas quais somos informados, os modos como nossas emoções são mobilizadas, as estratégias de construção de sentidos na televisão, a sensação de atualidade e amplitude da informação, entre outros métodos e características são sustentadas pela crença de que a tevê narra/mostra a “a vida como ela é” através das imagens que veicula como espelho/retrato fiel da realidade. (OLIVEIRA, 2010: 8)

Tomando a favela como objeto de estudo, a construção desse conceito no imaginário popular sempre teve muita influência da televisão, tanto no telejornalismo como em narrativas de ficção, como em filmes e seriados. Devido a esse estereótipo formado e reafirmado diariamente pelo telejornal brasileiro, que espetaculariza incursões da polícia às comunidades e seleciona casos de violência que ali acontecem para noticiar, os moradores de favelas do Rio ainda enfrentam dificuldade para mudar o estigma que carregam e sofrem para re-afirmar suas identidades frente à população.

O turismo de favela, como já foi visto, pode servir a essa espetacularização do modo de vida do pobre e da violência a que está subjugado ou, por outro lado, e como é o objetivo dos guias da Comunidade da Grota, a uma tentativa de reação dos autóctones e reconquista do seu caráter de cidadão inserido na sociedade e pertencente a ela.

Temos que mostrar pra mídia lá fora que dentro do complexo do Alemão tem pessoas capazes e que fazem alguma coisa. Não precisa ninguém chegar aqui e dizer que trouxe pro Complexo do Alemão isso ou aquilo. Estão vindo ONGs lá do ponto que caiu e botando o dinheiro no bolso que poderia estar indo para uma ONG que já tem um trabalho aqui. No entanto eles não estão nem aí, eles querem é abafar.²⁹

Nilson, o jornalista de Brasília que também visitou a Oca no dia 14 de maio falou que, nascido no Complexo da Penha e conhecedor da vida em uma comunidade carente, percebe que a mídia costuma passar para a população uma visão negativa tanto

²⁹ Entrevista à autora, 14/05/2011

do Complexo do Alemão como da Penha. Em suas palavras: “Infelizmente nós estamos sendo mostrados ao mundo, o Complexo da Penha e o Complexo do Alemão, pelo lado negativo. A gente gostaria que fosse diferente”. Logo Tia Bete assumiu a postura combativa de sempre, “compete à gente [moradores] agora revirar isso aí. Não dá para ficar de braços cruzados. A gente tem que entrar goela adentro e mostrar o que acontece aqui”.

Aos poucos a mídia começa a reconhecer os esforços de quem batalha para dar visibilidade positiva ao Alemão e atrair olhares diferenciados como mostram as reportagens em anexo (ANEXOS C, D e E). A veiculação de notícias de cunho social mostrando o trabalho voluntário de ONGs e pessoas engajadas em comunidades carentes atrai ainda mais a atenção daquele tipo de turista que se preocupa com o futuro da comunidade e que quer contribuir para ele.

3. Roteiro de Produção e Edição

A fim de viabilizar a averiguação empírica do objeto deste trabalho, algumas ações tiveram que ser providenciadas. O contato com uma das principais personagens dessa história foi automático. Por meio do estágio na TV Bandeirantes, desde novembro de 2010, obtive o contato da Elisabete Aparecida Dias da Silva durante a produção de uma reportagem sobre os esforços de lideranças comunitárias do Complexo do Alemão para difundir o turismo local.

O primeiro contato com ela foi feito profissionalmente, mas a iniciativa dos moradores do complexo motivaram a escolha do tema deste trabalho e os seguintes contatos foram feitos por necessidades monográficas. No dia 14 de maio de 2011, estive no Complexo do Alemão pela primeira vez para conversar e conhecer pessoalmente essa militante da educação e do desenvolvimento da comunidade onde vive. Ela me recebeu muito bem e através de sua história de vida pude conhecer também um pouco mais do conjunto de 13 favelas, tido como um dos mais violentos do Rio de Janeiro e o modo de vida de sua população.

A marcação de uma entrevista com o Rodrigo Coutinho, um dos diretores responsáveis pelo grupo de turismo que se formou no complexo foi realmente complicada. Apesar de ter conseguido os telefones dele no mesmo evento de turismo promovido por ele, em parceria com Elisabete e coberto pela TV Bandeirantes, tentei encontrá-lo durante mais de uma semana sem obter sucesso. Elizabete foi incansável na busca por colocá-lo em contato comigo. Conseguimos marcar o encontro, portanto, para o dia 12 de junho, dia da segunda visita ao complexo.

Um dia antes contratei o serviço da Jeep Tour e fui até o Morro Santa Marta com meu namorado, convertido nesse dia a assistente de câmera, carregador de equipamento e até psicólogo, visto que um forte nervosismo, fruto da necessidade de que tudo desse certo, chegou a me incomodar em alguns momentos. Nesse dia saímos de casa às 7h30 com encontro marcado em frente ao Hotel Marriot, na orla de Copacabana, às 8h. Um atraso de meia-hora permitiu uma entrevista bastante esclarecedora com Álvaro Filho, o diretor de outra agência de turismo, a Forest Tour.

No passeio feito com a Jeep Tour fomos levados até o alto do Morro, onde está instalada a sede da UPP do Santa Marta e o trajeto proposto foi o de descida, segundo o guia Sérgio Costa, para facilitar para os turistas. Fomos descendo o Santa Marta em um

sábado pela manhã e o cenário quase vazio de moradores transmitiu a idéia de que a maioria deles estava trabalhando.

A descida foi realmente fácil e ajudou a manter o fôlego e o equilíbrio para gravar todas as imagens necessárias. Ao longo do caminho conversei com três turistas: um boliviano, que já havia participado de uma excursão similar à Rocinha alguns anos antes e dois americanos, pai e filho, duas gerações diferentes com opiniões igualmente distintas da influência da mídia na escolha de tal passeio e percepções interessantes sobre a vida dos moradores da comunidade. Sérgio Costa, o guia, também foi consultado, assim como moradoras do Santa Marta sobre a real influência do turismo no local e a opinião delas sobre as conseqüências, para a população local, da exploração da atividade feita ali.

No dia seguinte, dia dos namorados, o passeio foi um pouco mais interessante. Fomos até o Complexo do Alemão sem jipe, sem turistas estrangeiros, mas não sem guia. Mais uma vez Elisabete ajudou o máximo que pode. Nos recebeu na Oca dos Curumins e de lá partimos com o grupo a princípio chamado *Complexo Tour* (digo inicialmente porque a decisão do nome ainda está em discussão) para caminhar nos locais onde eles pretendem levar os turistas. A ideia do grupo é conduzir visitas a estações do teleférico, principalmente a do Morro do Adeus, de onde se tem uma vista mais bonita, à Serra da Misericórdia e ao Projeto Verdejar, iniciativa de ambientalistas que propõem integração da população em ações de preservação da natureza no local, além de promover trilhas ecológicas e um passeio pelo Morro dos Mineiros, com uma parada estratégica para degustação da culinária típica de Minas.

Nesse dia entrevistei a Elisabete e o Ricardo sobre a posição de ambos quanto à maneira como a mídia brasileira retratou o complexo até antes da ocupação militar. Foi possível documentar com esses dois depoimentos que eles compartilham a idéia de que é preciso que os meios de comunicação lancem para as comunidades olhares diferenciados e mais comprometidos com a verdade. Durante o passeio passamos por uma base do Exército e ao fazer imagens deles fomos questionados, educadamente, pelos próprios militares com que finalidade fazíamos a gravação. Apenas tivemos que nos identificar como estudantes e mostrar o adesivo de identificação da PUC-RIO nos equipamentos para que eles agradecessem e nos desejassem um bom trabalho.

Para não ficar apenas no âmbito morador-guia-turista, procurei, no dia 8 de junho o Secretário da RioTur através da assessoria de imprensa. Com ele a intenção era falar sobre a consolidação da favela carioca como um dos principais pontos turísticos da cidade. Conhecedor das políticas governamentais voltadas para a difusão dessa lucrativa atividade econômica no município, ele teria propriedade para falar sobre a evolução do turismo na cidade e sobre a importância da mídia na definição do que é e o que não é digno de receber os turistas.

No entanto, o próprio secretário estava com a agenda muito ocupada e não poderia me atender. Nem ele, nem o sub-secretário Pedro Guimarães, com quem falei no dia 15/06 e que me aconselhou a procurar o diretor de marketing Paulo Vilella. Consegui finalmente marcar uma entrevista com este último para o dia 17/06. Estava tudo muito bom até que, ao chegar na semana da gravação os funcionários da UFRJ entraram de greve e mais uma vez tive que recorrer à PUC e à minha chefe na Band, Danyelle Rodrigues, a verdadeira salvadora da pátria, que estuda na PUC e pegou o equipamento para mim mais uma vez. Sozinha fui até a RioTur no horário marcado e me disseram que o diretor de Marketing não estava lá e que não havia nenhuma entrevista marcada com ele. Pois bem, cruzei os meus braços e me sentei em frente à secretária com um semblante bastante elucidativo do meu pensamento: “Se vira!”. Tardou meia-hora mas consegui, por fim, entrevistar outro profissional do marketing do órgão, Philipe Campello, que felizmente foi bastante simpático e solícito.

Encontrar um jornalista de turismo para falar sobre as pressões mercadológicas e o apelo recorrente ao sensacionalismo quando se trata de comunidades pobres do Rio de Janeiro também não foi tarefa fácil. Após entrar em contato com a Carla Lencastre, editora do Caderno Boa Viagem, do Jornal O Globo, e obter a seguinte resposta: “ Oi, Carolina, Turismo em favela não é muito o perfil do Boa Viagem. Fica para uma outra oportunidade” tive que pensar em um plano B. A tentativa mal sucedida com o Jornal O Dia me levou para o plano C e finalmente o Luis Marcos, editor do caderno Folha do Turismo, da Folha Dirigida, topou falar comigo.

“Ingestar” (digitalizar) o material foi outra dificuldade que, como não poderia deixar de ser, foi solucionada na PUC. Minha amiga reservou horário na Ilha 10 da universidade católica e foi lá que consegui passar para o *pendrive* as duas últimas sonoras que faltavam para finalizar o VT. E para quem já está aliviado com o final da

agonia... não não! A edição não foi a parte mais fácil do VT.

Primeiramente porque foi necessário baixar alguns vídeos do site *Youtube* para ilustrar fatos como a visita do presidente norte-americano Barack Obama à Cidade de Deus e de Michael Jackson e Madonna ao Morro Santa Marta. Tudo isso envolveu um processo de seleção minucioso para que a perda de qualidade fosse a menor possível, para não comprometer a uniformidade do produto final. As músicas utilizadas ao fundo também tiveram que ser baixadas da internet e a escolha de que trilha usar também exigiu reflexão sobre o que combinava mais com o sentido pretendido para a matéria.

Problemas técnicos também aconteceram. O Final Cut, plataforma usada para edição do material resolveu dar problema durante o processo, algumas partes que foram felizmente contornadas. Consegui finalizar um dos projetos mais desafiantes e conturbados da minha vida. Mas está pronto e eu só tenho a agradecer a todos que colaboraram para a superação de mais essa etapa da minha vida.

4. Considerações Finais

Primeiramente, o mais importante de todo esse trabalho foi ter conhecido mais sobre o universo das favelas cariocas e sobre a vida de quem as habita. Viver no Rio de Janeiro sem nunca ter andado nas vielas das comunidades mais pobres é quase como morar na Floresta Amazônica sem nunca haver subido em uma árvore. Para muitos, ambas as práticas podem não significar nada, mas de cima de uma árvore se tem uma visão muito mais ampla da própria floresta, e do meio do embrião urbano da malandragem carioca fica muito mais interessante estudar toda a estrutura social da cidade.

Estudar a favela como um objeto de desejo de turistas curiosos e alternativos, portanto, somente foi possível após conversas com moradores, reais afetados com a implantação do turismo nesses locais. Com base nas pesquisas realizadas a partir de textos acadêmicos, legislação brasileira sobre turismo e dados como censos do IBGE também foi possível perceber que a favela passou por um processo de transformação muito intenso que a retirou das sombras e do esquecimento do poder público e a promoveu a ponto turístico disputado do Rio.

No caso, os entrevistados foram os moradores do Morro Santa Marta e do Complexo do Alemão. O ponto de vista dos autóctones variou quanto à relevância da visita de estrangeiros em suas vidas, mas coincidiu na percepção de que os meios de comunicação têm forte influência na maneira como o Rio de Janeiro e o mundo vêem e entendem as favelas. Todos os entrevistados concordaram que, ao veicular notícias sobre as favelas, os jornais atraem o olhar da população nacional e internacional para alguns aspectos (porque a mídia pode contar histórias a partir de variados pontos de vista apresentando realidades fragmentadas) e que, muitas vezes, a seleção que a mídia faz das notícias acaba reforçando estereótipos.

Jornalistas também admitem que a exigência do mercado pela audiência e a competitividade entre os meios faz com que figurem principalmente notícias mais sensacionalistas, que apelam para a violência e o drama. No caso, o Complexo do Alemão é um bom exemplo de que a mídia pode selecionar o que transmite ao público. Cheio de projetos sociais interessantes como o de Tia Bete, o que mais se divulgou ao longo dos anos sobre esse conjunto de 13 comunidades foram os conflitos entre facções

criminosas e policiais, tiroteios e mortes de inocentes. Desde a ocupação militar em novembro de 2010, no entanto, mais e mais notícias estão sendo veiculadas sobre as obras do Programa de Aceleração do Crescimento e as ONGs que agora atuam na região. Além disso, a própria prefeitura representada pela RioTur já promove eventos no local para democratizar o turismo na cidade expandindo o foco de atuação da Zona Sul para as zonas Norte e Oeste.

Trabalhar com o turismo nas favelas foi relativamente fácil uma vez que o Morro Santa Marta já recebe visitantes em larga escala desde a década de 1990, e o Complexo do Alemão, com a presença massiva do Exército está, ao menos aparentemente, mais acessível para um grupo de estudantes munidos de câmeras filmadoras, fotográficas, microfones e tripé.

Acredita-se que as favelas cariocas realmente têm muito potencial para atrair o turista estrangeiro, assim como o próprio brasileiro mais engajado socialmente. No entanto, é importante ficar atento à maneira como o turismo é explorado nessas regiões e como os moradores são afetados, se são beneficiados ou apenas têm sua condição de vida espetacularizada. O papel da mídia, portanto, está justamente em favorecer um interesse mais social e até antropológico, mostrando todas as ações de combate à violência e à pobreza, e não somente apenas notícias sensacionalistas, apenas reforçam a sede que alguns turistas têm de se embrenhar pela favela como se fosse um zoológico.

Minha pretensão foi não mais do que fazer uma reportagem sobre a influência da mídia na atividade turística desenvolvida nas favelas cariocas, através da qual pretendeu-se transmitir a opinião de quem vive do turismo (agências e guias), de quem convive e se beneficia dele (autóctones), de quem escreve sobre (jornalistas especializados), se interessa por (turistas) e trabalha em prol do seu fomento (órgãos públicos como a RioTur e a TurisRio).

Por fim, é importante deixar claro que a intenção desse trabalho não foi nem analisar nem decodificar a atividade turística na cidade do Rio de Janeiro, muito menos nas favelas. Tampouco pretendeu concluir o tema. Este relato jornalístico, assim como a pesquisa que lhe serviu de base, funcionam apenas como subsídios para uma pesquisa que se mostra necessária em um mercado ascendente e com inúmeras linhas de investigação acadêmica, necessárias à sua conclusão.

5. Referências Bibliográficas

FREIRE-MEDEIROS, Bianca. A favela que se vê e que se vende. Reflexões e polêmicas em torno de um destino turístico. Revista Brasileira de Ciências Sociais - Vol. 22 No. 65 – 2007 –

_____. Gringo na laje: produção, circulação e consumo da favela turística. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

CASTRO, Celso. Narrativas e imagens do turismo no Rio de Janeiro. In: Velho, Gilberto (org.). *Antropologia urbana: cultura e sociedade no Brasil e em Portugal. Rio de Janeiro : Zahar, 1999, p. 81.*

SPANZINATO, Elisa. Turismo em favelas cariocas e desenvolvimento situado: a possibilidade do encontro em seis iniciativas comunitárias. Dissertação de mestrado apresentada ao Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, COPPE, UFRJ. Rio de Janeiro, 2009

COHEN, E., “Who is a tourist? A conceptual clarification”, *Sociological Review*, n.22, PP. 527-555. 1974

ZAOUAL, Hassan. Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transformações? In: Bartholo, Roberto; Griber Sansolo, Davis e Bursztyn, Ivan, organizadores. *Turismo de base comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras*. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, 2009.2008

OLIVEIRA, Cândida de. Identidades estigmatizadas em videologias: a representação da favela e de seus moradores, do telejornalismo à telenovela. Artigo apresentado na Divisão Temática “Comunicação Audiovisual”, da Intercom Júnior – VI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

VALLADARES, L. P. A Gênese da favela carioca. A produção anterior às ciências sociais. In: Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 15, n. 4 (outubro 2000) PP. 6-33

JAGUARIBE, Beatriz. *Favela Tours: o olhar turístico e as representações da “realidade”*. In: O choque do real: estética, mídia e cultura. Rio de Janeiro: Rocco, 2007

Sites

SABREN – Sistema de Assentamentos de Baixa Renda

Disponível em <http://portalgeo.rio.rj.gov.br/sabren/index.htm>, acesso em 03/05/2011

IPEA - Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

Disponível em http://desafios2.ipea.gov.br/003/00301009.jsp?ttCD_CHAVE=14758, acesso em 03/05/2011

AGÊNCIA EDUCA BRASIL

- Movimento Brasileiro de Alfabetização - MOBRAL

Disponível em <http://www.educabrasil.com.br/eb/dic/dicionario.asp?id=130>, acesso em 25/05/2011

PEDAGOGIA EM FOCO

- Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional

Disponível em http://www.pedagogiaemfoco.pro.br/l9394_96.htm, acesso em 25/05/2011

- Movimento Brasileiro de Alfabetização - MOBRAL

Disponível em <http://www.pedagogiaemfoco.pro.br/hebl0a.htm>, acesso em 25/05/2011

SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

- Censo de Favelas 2009

Disponível em <http://www.egprio.rj.gov.br/Conteudo.asp?ident=285> e http://urutau.proderj.rj.gov.br/egprio_imagens/Uploads/AD.pdf, acesso em 20/05/2011

INSTITUTO ECO BRASIL

- Fases do Turismo no Brasil

Disponível em <http://www.ecobrasil.org.br/publique/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?infoid=30&sid=5>, acesso em 06/05/2011

JUSBRASIL

- Política Nacional do Turismo

Disponível em <http://www.jusbrasil.com.br/legislacao/1025975/decreto-7381-10>, acesso em 05/05/2011

MUNDO REAL – Site informativo em inglês sobre a Rocinha

Disponível em <http://1mundoreal.org/>, acesso em 29/06/2011

EXTRA ONLINE – Notícias

Disponível em <http://extra.globo.com/noticias/rio/voluntaria-promove-aulas-passeios-museus-813552.html>, acesso em 15/05/2011

R7 – Notícias

Disponível em <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/noticias/complexo-do-alemao-vai-ganhar-dois-pontos-de-cultura-20110110.html>, acesso em 15/05/2011

6. Anexos

ANEXO A





43

Passeios Sights to See

O turista sobe o Morro The tourist climbs the hill

De pontos turísticos mais conhecidas da cidade ganharam uma nova perspectiva, graças ao trabalho conjunto das comunidades com os órgãos públicos, que beneficiaram o turismo em locais pouco usuais. Artistas internacionais como Madonna e Michael Jackson foram importantes para divulgar as comunidades caríacas em todo mundo e atrair fúrias para suas raças e vielas. O Santa Marta colheu até hoje os frutos da visita do astro pop em 1996. A estadia em tamanho real de Michael Jackson e o músico de Romero Brito são os pontos altos da visita à comunidade.

The last known sight in the city gained a new perspective, thanks to the work together of the community and the public agencies, benefiting tourism in unusual places. International artists such as Madonna and Michael Jackson were very important in promoting the Caraca communities around the world and attracting furies in its streets and alleys. Santa Marta saw major the fruits from the pop star's visit in 1996. Michael Jackson's real life status with the furies of the visit

Alencar
Lydia,

ANEXO B – Parte 2

43

A interação é lugar do lugar-comum e oferece possibilidades que integram o turista à comunidade, tornando real o projeto Chapéu-Tour, desenvolvido na comunidade do Chapéu Mangueira. O Festival do Hostal, abrange as comunidades, oferece de uma bela vista das praias da Capatzena e Leme. O Chapéu-Tour oferece com rede de saúde na Quadra do Chapéu Mangueira, todo primeiro domingo do mês, além de reservar turmas de visitação como o Bar do David, único estabelecimento da comunidade a competir no concurso "Comida Diária". O bairro está mesmo na moda.

The interaction is no run away from the common place and to offer ways that integrate the tourist to the community, as accomplished by the project Chapéu-Tour, developed in the Chapéu Mangueira Community. The Festival do Hostal, a tourist event, the community presents a beautiful view of Capatzena and Leme beaches. The Chapéu-Tour also offers good options such as the Hospital with a health clinic at the Chapéu Mangueira Community every first Sunday of the month. Besides reserving surprises to visitors such as the Bar do David, only establishment from this community to compete in the contest "Comida Diária". The HW is in fashion.

STREET ADDRESS
Copa Malhada
Tel: 3355-2845 - www.mangueira.org.br
E-mail: hw
Rua Doutor Ribeiro, 25 - Chapéu Mangueira
Tel: 3355-2814 - hw@mangueira.org.br

Photo 1: Michael Jackson, por Fernando Rios, Chapéu Mangueira
2: Chapéu Mangueira - A Vista do Pico da Antena, Chapéu Mangueira
3: Bar do David, Chapéu Mangueira, Chapéu Mangueira





O passeio ao Santa Marta pode ser feito de bônito, que leva os turistas e moradores ao topo do morro em menos de dez minutos. Na primeira estação está a quadra da escola de samba da comunidade e a Praça do Camêlo, onde são realizados as atividades culturais da comunidade. A partir do Santa que dá nome à comunidade fica na terceira parada e na quarta estação ficam a loja do Michael Jackson e o Pedrão, mirante natural que apresenta uma bela vista da Enseada de Botafogo e do Pão de Açúcar.

A Área de Proteção Ambiental do Morro da Sabinha também atrai o público e uma das mais belas vistas de Rio, que passa pelas comunidades da Sabinha e do Chapéu Mangueira e leva o turista ao topo dos 238 metros do Morro, desce mostrando uma bela vista em 360º da cidade. O projeto de reforestação, iniciado há quase anos, pode ser observado ao longo de toda trilha, que ainda preserva espécies da Mata Atlântica presentes na região.

The Santa Marta tour can be done by a cable car that takes the tourists and locals to the top of the hill in less than ten minutes. At the first stop is the community's samba school court and the Camêlo Square, where the cultural activities are held. The above Santa that gives the name to the community is located at the third stop and at the fifth stop is the Michael Jackson shop and the Pedrão (big rock), natural belvedere which offers a stunning view of the Botafogo Cove and Sugar Land.

The Environmental Protection Area of the Sabinha HW also attracts visitors in one of the most beautiful views of Rio, which passes through the Sabinha and Chapéu Mangueira Communities and takes the tourist to a height of 238 meters, at the top of the HW, revealing a 360 degree stunning view of the city. The reforestation project, which began three years ago, may be observed along the entire trail, which still preserves Atlantic Forest species in this region.

ANEXO C

Reportagem divulgada no site R7, 10/01/2011 às 18h00

Disponível em <http://noticias.r7.com/rio-de-janeiro/noticias/complexo-do-alemao-vai-ganhar-dois-pontos-de-cultura-20110110.html>, acesso em 15/05/2011

Complexo do Alemão vai ganhar dois Pontos de Cultura

Ministra da Cultura e Pezão visitaram a comunidade

Por Fernanda Almeida / Prefeitura do Rio

O Complexo do Alemão, na zona norte do Rio de Janeiro, vai ganhar dois Pontos de Cultura. Cada instituição receberá R\$ 180 mil do Ministério da Cultura, divididos em três parcelas anuais, para desenvolver ações de diversas naturezas. A ministra da Cultura, Ana de Hollanda, o vice-governador e secretário de Obras, Luiz Fernando Pezão, e a secretária estadual de Cultura, Adriana Rattes visitaram os dois centros na comunidade, nesta segunda-feira (10).

Um foco será na ONG Oca dos Curumins/Escolinha da Tia Bete - próximo à Vila Olímpica -, com atividades para todas as idades, envolvendo cursos de inglês, informática, moda, dança, reciclagem. O outro no Instituto Raízes em Movimento, em Ramos, desenvolve atividades com adolescentes. No Estado, há cerca de 300 pontos de cultura.

A Oca dos Curumins, por já estar com toda a documentação em dia, assinou hoje mesmo o convênio com a Secretaria de Cultura. O Raízes em Movimento o fará dentro de alguns dias, porque ainda faltam alguns documentos para legalizar o compromisso. A comitiva seguiu para a estação final do teleférico no morro da Fazendinha, onde funcionará um grande centro cultural. De acordo com a secretaria estadual, haverá posto de bibliotecas e computador em todas as estações do teleférico.

ANEXO D

Reportagem divulgada no site do Jornal EXTRA Online, 05/01/2011 às 07:30

Disponível em <http://extra.globo.com/noticias/rio/voluntaria-promove-aulas-passeios-museus-813552.html>, acesso em 15/05/2011

Voluntária promove aulas e passeios a museus

Matheus Vieira



Muito antes das atenções de todo o país se voltarem para o Complexo do Alemão, Elisabete Dias da Silva, a Tia Bete, de 52 anos, já havia colocado sua "tropa de voluntários" nas ruas da Favela da Grotta. Desde 1977, ela comanda a Escolinha da Tia Bete, onde dá aulas de reforço escolar e alfabetização de adultos. Atualmente, mais de 300 pessoas são atendidas pelo projeto, graças também a outros voluntários. □ O sucesso da iniciativa foi tanto que a escolinha ganhou status de ONG, com direito a registro e tudo: hoje é o Centro Cultural Oca dos Curumins (mas o nome Escolinha da Tia Bete continua mais popular). Aulas de inglês, futebol, dança, artesanato, reciclagem, percussão, entre outras, entraram no quadro de atividades. Para participar do projeto, no entanto, o aluno deve estar matriculado na escola. - Já fui brigar com a mãe porque o garoto não estava na escola. Peguei ela pela mão e fui lá, para fazer a matrícula - conta

Bete. Além das atividades na laje pacificada, a mestre também organiza passeios a parques e museus nos fins de semana. Só vai quem é bom aluno e se comporta bem.

- Tem que ter nota acima de 7. E se a mãe reclama de mau comportamento em casa, dou bronca aqui - afirma. E a criançada segue à risca a cartilha da professora. O estudante Eric da Silva, de 13 anos, é aluno de inglês, capoeira e reciclagem. Uma vez ficou de fora do passeio da turminha, pois escorregou nas notas. - Estudei bastante e me comportei mais - diz Eric. Bete é exigente, mas nem por isso é menos popular. - Ela é muito legal com a gente. Só é braba com quem faz muita bagunça - entrega Michelly Bernardo, de 10 anos, aluna de reciclagem. Para Bete, respeito mútuo é fundamental - Eles têm muito respeito a mim. Cobro bastante, mas sei escutá-los também - explica.

A arte de formar craques da bola

O treinador Jorge Baixinho, de 45 anos, atua como voluntário no Alemão há 19 anos, dez deles em parceria com Elisabete Dias da Silva, a Tia Bete. Ele já perdeu as contas de quantas vezes teve que tirar dinheiro do próprio bolso para inteirar a passagem de alunos da comunidade que treinam em clubes profissionais. - Às vezes são R\$ 20, R\$ 25 por semana só de passagem para estes treinos. Isso sem contar o que gastamos com lanche. Eles não têm recursos e nós precisamos ajudá-los. A atividade física é muito intensa e as crianças precisam comer - lembra o voluntário, que, a exemplo de Bete, acumula outras funções profissionais: - Trabalho como porteiro e como auxiliar administrativo. Tenho dois filhos para sustentar.

Um dos alunos que Jorge acompanha é Maicon Moreira da Silva, de 10 anos. Ele está no time de futsal do Fluminense, e vai três vezes por semana para Laranjeiras. Tímido, o garoto é de poucas palavras. Mas garante que faz muitos gols em campo. - Gosto de jogar em Laranjeiras, mas no Alemão também - diz o morador da comunidade pacificada. Um pouco mais velho, Magno da Silva, de 16 anos, aprendeu os primeiros lances com Jorge Baixinho há nove anos. Hoje, é titular da equipe juvenil do Tigres do Brasil, time de Xerém, em Caxias, na Baixada Fluminense. O jovem é grato à dedicação dos voluntários da Escolinha da Tia Bete: - É muito importante para a gente, aqui do Alemão, ter essa referência. Para este ano, Bete deseja terminar um ateliê de costura e

comprar computadores para oferecer aulas de informática: - Apoios e patrocínios seriam muito bem-vindos. Quero que, um dia, estes jovens não percam uma oportunidade de emprego por causa do CEP. Que possam mostrar que são capazes, e muito.

Alemão, pacificado, terá passeios turísticos

Primeira visita será realizada em abril; por R\$ 50, será possível conhecer, de van, a comunidade como ela é

Ruben Berta

Guanior pode até rir com uma moça tão bonita com a sua nova rota turística da cidade. No dia 3 de abril será realizado o primeiro passeio guiado pelo Complexo do Alemão, o primeiro de férias ocupado pelo poder público no fim do ano passado. De acordo com a organização do projeto, a primeira visita será feita em abril, pela primeira vez uma comunidade terá visitas turísticas organizadas pelos próprios moradores. O projeto do Alemão está sendo lançado numa parceria entre Lúcia e o jovem Rêne Silva, que

criou o jornal "Voz da Comunidade", para levar notícias aos moradores do complexo. O perfil no Twitter do jornal tem sido um dos principais canais de divulgação do projeto. Atualmente, cerca de dez pessoas devem ficar envolvidas diretamente no passeio. Um integrante da ONG que faz o tour acompanhará os turistas estrangeiros. Além de falar so-

bre os pontos turísticos, a guia ainda auxiliará na tradução de conversas com os moradores. Lúcia acredita no sucesso do projeto, já que há muitas pessoas carentes em conhecer o processo de pacificação do Alemão. A presidente da ONG conta ainda que a ideia surgiu há cerca de um ano e meio, quando ela foi contatada pelo Facebook por um grupo de estuda-



RÊNE SILVA

• Lúcia
Letra an
futura o
substituto
que será
uma que
atuação do
tur do
Alemão

Conheça as atrações

• O tour do Alemão está previsto para durar uma manhã e uma tarde. Além da Serra da Misericórdia e do cinema, uma das principais atrações previstas é o teleférico da comunidade, que está em fase final de testes e deve ser inaugurado ainda este mês. A van levará os turistas numa das estações para que possam fazer o passeio. A igreja da Penha também está no roteiro. Inscrições ou mais informações sobre os passeios podem ser obtidos através do telefone do jornal "Voz da Comunidade" (3888-6160) ou do perfil no Twitter @vozcomunidadade

ção e inserção da comunidade no Complexo do Alemão no mercado do trabalho.

Ocupado pelo poder público em novembro do ano passado, o Complexo do Alemão está sendo atualizado pela Patrulha de Polícia Militar. Eleito e deve receber em setembro e outubro deste ano a inauguração da Unidade de Polícia Pacificadora (UPP) para realizar o processo de pacificação.

sendo possível graças a reforma das favelas pelo Estado.

Segundo Lúcia, entre os 30 primeiros interessados, há turistas de diversas partes do Brasil e do mundo. Um grupo de dez pessoas de Belo Horizonte está entre as que devem participar do passeio inaugural. A ONG Núcleo de Mulheres Brasileiras em Ação atua há oito anos na capacita-

tes russas que estava no Rio fazendo um intercâmbio e queriam conhecer o Alemão.

— A comunidade ainda estava com o tráfico pesado e eles até se esconderam, queriam pegar nas armas dos bandidos. Foi difícil porque a gente se comunicava só por gestos, com os dedinhos, mas no fim deu tudo certo — lembra, destacando que o atual projeto só está